19- 4 4[illegible]

HENRY LAUREYS
Directeur de l'Ecole des Hautes Etudes
Commerciales de Montréal.

Le Commerce Extérieur du Canada

Extrait de la Revue Trimestrielle Canadienne
(Université de Montréal)

1922

Le Commerce Extérieur du Canada.

HENRY LAUREYS
Directeur de l'Ecole des Hautes Etudes
Commerciales de Montréal.

Le Commerce Extérieur du Canada

Extrait de la Revue Trimestrielle Canadienne
(Université de Montréal)

1922

LE COMMERCE EXTERIEUR DU CANADA [1]

Monsieur le Président, [2]

Monsieur le Ministre, [3]

Messieurs,

Le titre de cette conférence a dû vous faire craindre d'abondantes et monotones statistiques. Quelque utiles et convaincantes que celles-ci soient, surtout quand il s'agit d'établir un diagnostic au point de vue commercial, rassurez-vous, je n'en abuserai pas. Je me contenterai de citer quelques chiffres qui me permettront de mettre en évidence certains progrès ou certaines lacunes de notre organisation commerciale, et c'est tout. Ce que je veux faire ici, c'est moins établir notre bilan commercial en détail, qu'accumuler devant vous des faits, aussi nombreux et aussi patents que possible, au sujet de nos méthodes commerciales, en les opposant à celles des pays étrangers. De la comparaison de ces faits se dégageront aisément les conclusions.

En 1913 notre commerce extérieur total était de $1,026,961,834 dont $671,207,234. pour les importations et $377,068,355. pour les exportations.

En 1918, le total était de $2,503,560,366. (chiffre le plus élevé) se répartissant en $963,532,578. pour les importations et $1,586,169,-792. pour les exportations.

En 1921 notre commerce total est encore de $2,450,587,001. [4] mais nous constatons :

a) que nos importations se sont élevées beaucoup et atteignent le chiffre de $1,240,158,882., soit environ 300 millions de plus qu'en 1918;

[1] Conférence prononcée devant les membres du Cercle Universitaire de Montréal, le samedi 21 janvier 1922.

[2] M. Antonio Perrault, avocat, professeur à la Faculté de Droit de l'Université de Montréal.

[3] L'honorable Athanase David, secrétaire de la province de Québec et ministre de l'Instruction Publique.

[4] Chiffres de l'"Annuaire du Canada", 1921, page 338.

b) que nos exportations sont en baisse d'environ 400 millions sur l'année 1918, celles-ci atteignant en 1921 le total de $1,210,428,119;

c) qu'à partir de 1921, pour la première fois depuis 1915, notre balance commerciale est défavorable, les importations dépassant les exportations d'environ 30 millions.

Je m'empresse de vous dire que la balance commerciale, comme on a l'habitude de désigner l'écart existant entre le chiffre des exportations et celui des importations, ne représente pas la situation vraie du pays. Il ne faut donc pas lui donner l'importance que d'aucuns y attachent, et qu'elle est loin d'avoir, surtout quand elle n'est établie que par la comparaison des totaux d'importation et d'exportation des marchandises, sans tenir compte des éléments invisibles de cette balance difficilement enregistrés par les statistiques [5]. Les intérêts payés à l'étranger, les primes d'assurances versées dans d'autres pays par des compagnies canadiennes et vice versa, les envois d'argent à l'extérieur aussi bien que les remises de parents et d'amis au Canada, les dépenses des touristes au Canada et à l'étranger, les apports d'immigrants, sont autant d'éléments difficiles à relever, dont les statistiques ne tiennent pas compte et qui cependant influenceront sensiblement le total des importations ou celui des exportations. M. R. H. Coats, du département de la statistique fédérale, a analysé ces facteurs invisibles pour la période 1900-1914 et il en a conclu qu'il y avait lieu de ce chef de déduire plus de deux milliards des exportations et environ 860 millions des importations canadiennes pour cette période. D'après un autre relevé — évidemment approximatif, mais cependant très édifiant — publié par la "Canadian Bank of Commerce", les intérêts payés en 1919 sur les valeurs canadiennes détenues en Europe se sont élevés à 125 millions de dollars, ceux sur les valeurs canadiennes détenues aux Etats-Unis, à 65 millions de dollars pendant la même année, et les paiements faits à des compagnies étrangères de transport et d'assurances à 60 millions de dollars. [6] On estime aussi qu'aujourd'hui les Etats-Unis seuls détiennent des fonds canadiens (emprunts

---

[5] Avant la guerre, quand les affaires étaient normales et les comparaisons faciles, la balance commerciale de la France était défavorable pour ce qui est du trafic des marchandises, et cependant, à ce moment, la France était créancière du reste du monde. Les sommes énormes payées en dividendes aux détenteurs français de fonds étrangers plus que contrebalançaient la différence entre le chiffre des importations et des exportations de marchandises. Il en était de même de l'Allemagne et de l'Angleterre avant 1914.

[6] Pour détails à ce sujet voir "Le Canada et son commerce extérieur", par L. Van Aken, dans le *Bulletin Commercial*, Bruxelles, mai 1921.

fédéraux, provinciaux et industriels) pour plus de 750 millions de dollars. Si l'on ajoute aux intérêts de ces valeurs les dividendes payés en rémunération du capital [7] de sociétés américaines opérant au Canada, on se rend compte de l'importance des sommes que nous versons annuellement aux Etats-Unis et dont les statistiques ne tiennent pas compte.

Il importe donc de ne pas nous laisser fasciner par des chiffres mais d'examiner la question de notre commerce extérieur d'un point de vue plus élevé. Nous ne pouvons cependant négliger les avertissements que ceux-ci nous donnent, d'autant plus que dans le cas du Canada, les éléments invisibles de la balance commerciale sont pour le moment en notre défaveur et s'ajoutent donc à la différence entre le chiffre de nos importations et celui de nos exportations de marchandises, puisque celle-ci ne nous est pas favorable.

Ce que nous devons surtout retenir des statistiques citées plus haut c'est que, après avoir atteint des totaux inconnus jusqu'alors, les exportations canadiennes depuis 1918 sont en baisse continue. Quelles sont les causes d'une telle situation ? Dans l'intérêt du Canada, faut-il essayer d'enrayer ce mouvement et comment y parvenir ? Que fait-on à l'étranger pour stimuler l'exportation et pourquoi ? Voilà, messieurs, les divers points que je vais essayer de traiter devant vous ce soir.

* * *

Quoi qu'en ait dit récemment M. Meighen, au cours de sa campagne électorale, pour la défense de sa politique de protection à outrance, le marché canadien est non seulement insuffisant pour la consommation de nos produits agricoles, mais aussi pour l'absorption de nos produits miniers et en certains cas même de nos produits manufacturés. Il nous faut donc trouver en dehors du pays des débouchés suffisants pour maintenir et même augmenter notre production. Il est évident que, jusqu'à présent, le Canada est un pays agricole. Il faut même espérer qu'il le restera encore longtemps et, quoique son évolution industrielle se prononce chaque jour davantage, il n'est pas désirable que celle-ci se fasse trop brusquement. La plupart des maux dont souffre en ce moment notre population ouvrière sont dus au développement trop brusque de

[7] M. Olivar Asselin dans *La Rente* estimait dernièrement à 2,500 millions de dollars, l'ensemble des capitaux anglais et américains placés dans l'industrie canadienne.

quantité de nos industries pendant la guerre de 1914 à 1918 et à la non moins abrupte fermeture d'un grand nombre d'usines — travaillant uniquement à des commandes de guerre — aussitôt après l'armistice. Cet exemple vaut la peine d'être médité : chacun sait que l'essor de beaucoup de nos industries, pendant cette période, fut favorisé ou par les commandes de matériel de guerre (munitions, produits alimentaires, etc.), pour lesquelles il importait de produire vite, sans égard au prix, ou par le fait que des pays très industriels comme l'Allemagne et la Belgique étaient complètement éliminés de la concurrence mondiale, tandis que d'autres comme l'Angleterre et la France détournaient toute leur activité au profit des industries intéressant directement la défense nationale. Cette situation nous a procuré, en ce qui concerne les échanges internationaux, des exemples uniques et des plus curieux, pendant et après la guerre, parmi lesquels certains sont vraiment typiques.

Au cours de ces années, en effet, nous avons vu les Etats-Unis exporter — malgré le fret élevé — du charbon en Europe, et cela même en Angleterre, pays qui autrefois était le principal fournisseur du continent européen. Nous avons vu aussi le Canada exporter des casseroles et autres produits émaillés vers l'Angleterre dont, avant la guerre, les usines de Birmingham notamment alimentaient pour une bonne part le marché canadien. Il en était de même des vêtements et sous-vêtements, des chaussures, etc. qui furent vendus en énormes quantités en France, en Belgique et dans d'autres pays, jadis grands exportateurs de tous ces produits.

La diminution de ces exportations au fur et à mesure du rétablissement industriel de l'Europe, après la guerre, et la fermeture de nombreuses usines, qui s'en suivit au Canada, nous montrent suffisamment que ce brusque développement industriel était tout à fait anormal et qu'il n'était pas permis d'en tirer des conclusions hâtives, au sujet de notre commerce d'exportation à venir, comme cependant beaucoup l'ont fait. Dans notre intérêt, l'industrialisation du Canada doit s'opérer rationnellement et progressivement. Avant tout il faut qu'elle soit la conséquence de l'extension normale de nos marchés et non provoquée par une demande purement momentanée et fortuite ou protégée par des mesures tarifaires ou autres, trop artificielles.

Il me faudrait, pour traiter mon sujet à fond, vous parler de différents problèmes économiques qui viennent — et à juste titre — de passionner l'opinion publique. Il s'agit notamment des tarifs douaniers, de la marine marchande et de la reprise des chemins

de fer par l'Etat. A elles seules ces importantes questions mériteraient un développement au moins égal à ce travail. Je ne puis néanmoins les passer entièrement sous silence, parce que l'évolution de notre commerce extérieur est trop intimement liée à leur prompte et sage solution. Je ne veux, cependant, à cause d'elles, détourner trop longtemps votre attention de l'objet principal de cette conférence. Je serai donc bref. D'autre part j'espère pouvoir vous en parler franchement et en toute indépendance sans être pour cela accusé de partisannerie.

La question du tarif douanier canadien n'intéresse évidemment que le commerce d'importation, puisque nous n'avons pas au Canada de taxes à l'exportation, comme cela existe en certains pays. Par contre, comme le tarif est élaboré par le pouvoir fédéral et s'applique à l'ensemble du pays, il est parfois très difficile de concilier les intérêts de la population rurale, disséminée d'un océan à l'autre et dont l'agriculture est le principal soutien, avec ceux des industriels dont 70% des usines sont concentrées dans les provinces de Québec et d'Ontario.

Tout le monde sait que, par essence, le manufacturier est protectionniste — au moins sur ce continent — alors que l'agriculteur est plutôt libre-échangiste. Les exigences des uns et des autres sont donc souvent excessives et, sans vouloir contester la valeur des arguments émis en faveur de l'un ou de l'autre de ces régimes, je tiens cependant à affirmer ma confiance en un tarif modérément protecteur. Le Canada de cette façon atteindra, je le crois, son plein développement sans que celui-ci soit obtenu au détriment d'une grande partie de la population. Les excès d'ailleurs nuisent en tout. Nous en aurons probablement une nouvelle preuve, d'ici peu de mois, par les tristes résultats que les Etats-Unis auront obtenus du fameux bill Fordney. Nos voisins du sud semblent avoir perdu de vue que le commerce international est fait à la fois d'importations et d'exportations et qu'on ne peut, par des lois semblables, diminuer les importations sans, comme contre coup, faire diminuer les exportations. Qu'il me soit permis de vous citer l'opinion suivante, qui me paraît bien s'adapter à la politique tarifaire des Etats-Unis et qu'au hasard de mes lectures j'ai glanée dans un article non signé d'un journal européen :[8]

"C'est une erreur de croire que de fermer les frontières supprime les effets de la concurrence étrangère. Si celle-ci ne se fait pas

[8] Dans *La Libre Belgique* 28 février 1921, article intitulé "La Crise".

sentir directement sur le marché intérieur, les marchés d'exportation restent à sa merci. S'abstraire des autres pays, ne pas ouvrir les yeux sur leurs conditions de production, ne pas se tenir prêt toujours à entrer en compétition avec eux, c'est puérilement imiter l'autruche qui croit se défendre contre le danger en refusant de le voir. L'autruche a l'excuse de ne point savoir mieux..."

Pour ce qui est du Canada, les droits d'entrée fournissant environ le tiers du revenu fédéral, le tarif douanier doit être envisagé à la fois comme producteur de revenus et comme mesure de protection pour les industries locales. Je crois néanmoins que cette protection ne devrait s'appliquer qu'aux industries utilisant des ressources nationales, qu'il s'agisse de matières premières, de force motrice ou de toute autre ressource, mais non à celles que l'on pourrait appeler "factices" et qui ne peuvent ni s'établir ni subsister qu'à l'abri d'un tarif protecteur élevé. En effet, les produits d'industries de cette dernière catégorie ne peuvent concurrencer la production étrangère sur les marchés étrangers. Elles ne fournissent donc aucun aliment à notre commerce d'exportation et doivent se vendre dans le pays. Les droits d'entrée empêchant l'importation de produits étrangers similaires, ces industries procurent souvent au client canadien des marchandises chères et de qualité médiocre. Bref, ce ne paraît pas être une bonne politique que de faire reposer uniquement sur la solidité des barrières douanières, la prospérité intérieure d'une industrie de cette sorte.

Quant au trésor fédéral, il est certain que, celui-ci étant largement alimenté par le revenu des droits de douane, un dégrèvement pour certains produits ou même le maintien des droits actuels ne peut permettre à l'Etat de se procurer les sommes énormes dont il a besoin pour équilibrer le budget, surtout depuis la dette supplémentaire d'un milliard et demi dont la guerre nous a chargés. C'est ici cependant que l'on peut le mieux saisir la faiblesse de l'argument protectionniste. Les partisans de cette théorie basent leurs exigences de protection industrielle sur le fait qu'ils veulent éliminer la concurrence étrangère — donc diminuer les importations — mais d'autre part celles-ci diminuant sensiblement, le revenu douanier sera réduit d'autant, d'où nécessité pour remplir les coffres du gouvernement d'établir des impôts directs. Résultats : renchérissement des marchandises produites par les industries trop protégées et nécessité d'impôts directs nouveaux. Finalement, on le voit, des mesures de l'espèce sont toujours au désavantage du consommateur, donc de la masse du peuple.

On a souvent cité, comme argument en faveur d'une révision de notre tarif dans un sens plus protecteur, que, depuis l'armistice, les droits de douane ont été augmentés partout. C'est là un bien pauvre argument ! Les raisons qui dans tels pays militent en faveur de semblables changements n'existent pas ailleurs et par conséquent on ne peut appliquer les mêmes conclusions. Une étude systématique, approfondie et impartiale, de cette question tarifaire, faite par des économistes, en tout état de cause, sans parti pris ni intérêt personnel en jeu, et uniquement en vue du bien général de la nation, pourrait nous donner la solution. Le cas de chaque produit devrait être examiné en particulier. Une mesure générale pourrait être ruineuse. Il est intéressant de constater en effet que, dans une enquête comme celle faite au début de l'année 1920, de l'Atlantique au Pacifique, seules ont été enregistrées les doléances des manufacturiers et des fermiers qui, par leurs associations, chambres de commerce, et autres organismes, sont venus exposer la question à leur point de vue personnel. Nulle part on n'a entendu la voix du consommateur, parce que celui-ci est isolé et donc sans influence. Il forme nombre cependant et vous admettrez avec moi qu'il mériterait un peu plus de ménagement. Elévation du prix de revient, augmentation des droits, taxes de vente, impôts de toutes sortes, c'est toujours le consommateur qui finalement en fait les frais.

Il est à souhaiter que le gouvernement qui vient d'entrer en fonctions à Ottawa nous donnera bientôt le bénéfice d'un tarif bien approprié aux ressources du pays, à ses industries nationales et aux besoins de sa population.

Que dire de la nécessité d'une marine marchande nationale? S'il est vrai qu'un pays comme le Canada, disposant de littoraux étendus, de nombreux et bons ports et désireux d'exporter ses produits sur tous les marchés du monde, peut retirer de grands avantages de la possession d'une marine marchande, il faut reconnaître cependant qu'on s'est trop habitué à considérer comme un axiome économique que "la marchandise suit le pavillon" ! Cela n'est pas toujours vrai ! Si certains pays, comme l'Angleterre ou l'Allemagne, doivent une large part de leurs succès commerciaux, présents ou passés, au concours d'une puissante marine de commerce, on peut citer d'autres pays très industriels, comme par exemple les Etats-Unis et la Belgique, qui ont répandu les produits de leurs industries aux quatre coins de la terre, presque sans marine mar-

chande nationale.[9] Il faut donc admettre que, sans contester les nombreux avantages que peut procurer au commerce d'exportation d'un pays la possession d'une flotte commerciale suffisante, il est évident qu'un important commerce d'exportation peut s'organiser sans elle.

Est-il logique alors de maintenir une marine marchande gouvernementale telle que celle dont nous sommes gratifiés au Canada ? Seule la crainte d'émettre un avis que l'on pourrait croire entaché de partialité politique m'empêche de dire tout le fond de ma pensée, tant au sujet de cette marine qu'au sujet de nos chemins de fer nationalisés ! Et cependant, malgré le partage des opinions et quelques arguments favorables au moins à une étatisation momentanée de certains services publics de l'espèce, il est impossible d'ignorer les exemples néfastes de semblable régime à l'étranger.

Aucun pays, à part l'Allemagne,[10] dont l'organisation autocratique et les rouages administratifs différaient beaucoup de ceux des autres pays, avant 1914, n'a pu, d'une façon satisfaisante, faire administrer par l'Etat ni ses chemins de fer ni sa marine ni aucun autre service public. Bon en temps de guerre, pour des conditions anormales d'exploitation, le système de construction navale et d'exploitation d'une marine marchande par le gouvernement, ne pourra en temps de paix, donner que de mauvais résultats. D'ailleurs, permettez-moi de vous rappeler un exemple tout récent qui n'a pas dû vous échapper et qui constitue une preuve indéniable de la confusion qui règne dans des services publics de l'espèce, livrés aux fonctionnarisme, avec ses tatillonnages, ses lenteurs, ses incohérences : Le 17 novembre 1921, le gouvernement fédéral, par la voie des journaux, demandait des soumissions pour l'établissement d'un service postal, de passagers et de marchandises entre le Canada, les Antilles et la Guyane britannique. Suivaient toutes les exigences de tonnage, vitesse des navires, etc. Ces soumissions, pour un service de dix années, étaient demandées par le ministère du Commerce. N'est-il pas étrange de voir le gouvernement accorder de tels contrats à des entreprises privées, alors que nous avons une marine marchande nationale qui doit être en mesure d'effectuer ces

[9] Ce n'est que depuis la guerre, à cause du manque de tonnage étranger, que les américains ont créé une marine marchande nationale, d'abord gouvernementale, mais qu'ils se sont empressés de liquider et de rendre à l'exploitation privée, dès que les circonstances l'ont permis.

[10] Aujourd'hui d'ailleurs il n'en est plus ainsi — Voir : "Nationalization in Germany" par J. Ellis Barker, dans Imperial Commerce and Affairs" Londres, — Vol. II. No 3—mars 1921.

services? Evidemment, mais, vous le savez, celle-ci dépend du Ministère de la marine et la cloison étanche (sans jeu de mots), qui sépare ces deux ministères permet de telles anomalies.

Avec tous les autres peuples qui en ont fait l'essai, nous devrons bientôt reconnaître que la gestion par l'Etat d'entreprises de l'espèce est une impossibilité. Faut-il rappeler qu'un peu partout on considère comme synonymes les mots déficit, gaspillage et étatisme. Pourquoi? Mais uniquement parce que l'initiative individuelle et privée est toujours stimulée par son intérêt et sa responsabilité. Le chef d'une maison de commerce, d'une industrie, recherche les compétences, il s'entoure d'un personnel de choix au moyen duquel il obtient le rendement désiré et l'aiguillon de la concurrence ne lui permet pas de s'encombrer de "figurants". L'Etat, au contraire, est une entité impersonnelle dont les agents, nommés à vie, en beaucoup de pays, n'engagent pas leur responsabilité financière dans les entreprises qu'ils dirigent. Comme résultat : d'une part l'homme d'affaires choisit son personnel avec beaucoup de soin, en réduit le nombre quand il le peut, exige un travail continu et suivi, un rendement enfin, au sens commercial du mot, d'autre part, les entreprises de transport et autres, gérées par l'Etat, s'encombrent de fonctionnaires et d'employés, pas toujours compétents, dont les nominations sont souvent attribuables aux influences politiques. Il va de soi que l'efficacité du service et les résultats financiers de ces dernières entreprises en souffrent.

Faut-il citer des exemples :

En Angleterre, avant sa reprise par le gouvernement, l'exploitation privée des téléphones rapportait au Trésor une redevance annuelle d'environ £300,000. L'année qui suivit la reprise, cette source d'importants revenus était absolument tarie; depuis, tous les budgets sont déficitaires. Le public paie des prix très élevés, le service ne vaut rien. On réclame partout le retour au régime privé.

En Belgique, les chemins de fer du gouvernement enregistrent environ un million de francs de déficit par jour soit plus de 300 millions par an. Dans ce même pays, le service commercial du ravitaillement, organisé après l'armistice et la libération du territoire, a laissé un déficit d'environ 600 millions de francs. D'ailleurs en France comme en Belgique, la reconstruction des régions dévastées a, pour les mêmes raisons d'étatisme, donné lieu aux mêmes erreurs.

Aux Etats-Unis, les opérations du "United States Shipping Board" et de sa filiale la "Emergency Fleet Corporation", opérations

que ce grand pays s'est d'ailleurs empressé d'arrêter le 30 juin 1920, se sont soldées par un déficit de plus de 185 millions de dollars. Ce brillant résultat était obtenu à une époque où les compagnies de navigation anglaises annonçaient des profits nets variant entre 20 et 40% du capital investi. Ces compagnies privées avaient conservé leur administration individuelle, moyennant l'observation de certains règlements, imposés par le gouvernement britannique, en vue de la défense nationale. Cet exemple montre bien la différence des résultats que, dans des circonstances analogues, la gestion privée peut obtenir en opposition avec l'exploitation par l'Etat.

Enfin, quiconque s'est servi du téléphone à Paris s'est rendu compte, à ses dépens, de ce que peut devenir semblable service géré par l'Etat. Celui-ci appartenait autrefois à une compagnie qui a été expropriée, il y a quelque 20 ans, par le gouvernement français, alléché par l'espoir de gros bénéfices. Comme toujours, le service pour l'abonné en a souffert et le prix s'est élevé !

Bien d'autres exemples pourraient être trouvés à l'étranger, mais, pour nous convaincre, il n'est pas nécessaire d'aller les chercher si loin : Il suffit de comparer les résultats obtenus par la puissante compagnie le "Pacifique Canadien" qui, chaque année, clôture son bilan avec un solde créditeur, avec ceux des lignes gouvernementales concurrentes où les millions de déficit s'accumulent. En 1920, en effet, les chemins de fer du gouvernement accusaient un déficit de 70 millions de dollars, tandis que le Pacifique Canadien faisait 40 millions de bénéfice !

Tout ceci confirme que le succès en affaires dépend des qualités des chefs autant que de celles du personnel employé. Le commerce ne peut s'accommoder des lenteurs inhérentes à tout ce qui est trop administratif et il faut que ceux qui décident aient leur large part de responsabilité dans les conséquences que ces décisions entraînent.

Mais en voilà assez sur ces questions qui, quoique intéressantes, n'en sortent pas moins quelque peu du cadre de cette conférence. C'est de notre commerce extérieur que je veux vous parler, donc surtout de nos exportations. Je m'empresse d'y revenir.

* * *

De statistiques toutes récentes je note que, depuis la mise en vigueur aux Etats-Unis du "Fordney Emergency Bill" jusqu'au 30 novembre 1921, soit une période de 6 mois, les exportations de

produits agricoles canadiens aux Etats-Unis sont tombées à environ 26 millions de dollars alors que pendant la période correspondante de l'année précédente ces exportations s'élevaient à plus de 93 millions de dollars. A première vue il semblerait que, devant une telle chute, cette mesure douanière doive donner raison aux protectionnistes et amener le Canada à des mesures de répression.

Ce Bill Fordney ne fut cependant pas dirigé contre le Canada. Son histoire est simple. Aux Etats-Unis, comme partout ailleurs, les agriculteurs ayant été les premiers à bénéficier de la hausse des denrées en 1914, furent aussi, après 1918, les premiers à souffrir de la baisse. Leurs bruyantes réclamations parvinrent à convaincre un certain nombre de politiciens à courte vue qui entraînèrent le vote de cette loi. Celle-ci devait, dans l'esprit de ses promoteurs, en empêchant l'importation de produits agricoles, garder le marché américain pour ses nationaux et maintenir des prix élevés. C'était le salut pour la population rurale, soi-disant acculée à la ruine ! Jusqu'à présent cependant, la mesure n'a pas donné à l'agriculteur américain ce qu'il en attendait. [11] Le Canada en subit néanmoins le contre-coup, ses exportations aux Etats-Unis étant faites surtout de produits agricoles. Et cependant il faut se garder de prendre des mesures trop hâtives ou trop draconiennes. S'il est vrai que, devant l'attitude des Etats-Unis à l'égard du Canada, le moment ne serait pas choisi de faire revivre la question de la réciprocité, je ne crois pas qu'il soit de l'intérêt de notre pays de répondre au "Bill Fordney" par une élévation de nos droits d'entrée. Ce serait le commencement d'une guerre de tarif qui pourrait nous être fatale. La seule solution qui me paraisse logique, c'est de chercher, dans d'autres pays, les débouchés que nous refusent les Américains.

Ceci m'amène à vous parler de cette importante question : la recherche, pour nos produits, de débouchés autres que les Etats-Unis ou la Grande-Bretagne.

Depuis longtemps, j'ai montré la caractéristique défavorable de notre commerce extérieur au double point de vue des produits que nous exportons et des pays avec lesquels nous trafiquons.

D'abord, il est facile de constater que nous vendons à l'étranger trop de produits bruts. Comme il s'agit, la plupart du temps, de matières qui nous reviennent ensuite à l'état fabriqué ou, en tout cas, transformé, il est évident que le Canada subit, de ce fait, une perte sèche. L'étranger nous vend sa main-d'œuvre, c'est lui qui

[11] Au cours de l'année 1921, malgré le "Bill Fordney", le prix du blé est tombé à 98 sous le minot, prix le plus bas réalisé depuis six ans.

est le gagnant. De plus, ces marchandises réimportées sont grevées de commissions d'intermédiaires, de frais de transport et autres. Le prix que paye finalement le consommateur se ressent évidemment de tout cela et c'est pourquoi l'on pouvait, par exemple, avant la guerre, acheter à meilleur compte à Paris qu'à Montréal un manteau ou une parure de fourrures canadiennes. Il est vrai cependant, qu'industriellement parlant, le Canada est trop jeune pour qu'il puisse tout mettre en œuvre chez lui; néanmoins, il est bon de rappeler souvent la chose pour attirer l'attention de nos hommes d'affaires et de nos industriels sur cette situation que, petit à petit, il faut modifier. La guerre, sous ce rapport, nous a aidés à réaliser bien des progrès. Tâchons, dans les années à venir, de ne pas reperdre le terrain gagné.

D'autre part, il est navrant de constater qu'environ les huit dixièmes de nos exportations vont en Angleterre et aux Etats-Unis. [12] Au point de vue économique il est toujours désavantageux pour un pays, ou, comme le Brésil, de n'exporter qu'un ou deux produits, chacun pour une valeur considérable, au lieu d'en exporter un plus grand nombre, chacun pour une valeur moindre [13] ou, comme le Canada, de ne diriger la plus grande partie de ses exportations que vers un ou deux pays. Il est évident que commercialement, nous vivons dans l'orbite des Anglais et des Américains. Cette situation, je le montrerai plus loin, n'est pas toujours provoquée par nous; ce qui n'empêche que, quand un de nos clients principaux nous ferme ses frontières, qu'il s'agisse de l'Angleterre, mettant l'embargo sur notre bétail, ou des Etats-Unis, qui par le Bill Fordney, soumettent nos produits agricoles à des droits trop élevés, c'est nous qui en souffrons !.

Signaler ce danger et le mal qu'il nous cause, c'est se mettre en demeure de proposer un remède. Ainsi que je le disais tantôt, je n'en connais pas de meilleur que l'extension de nos marchés. Chercher des débouchés nouveaux et surtout créer avec les pays consommateurs un courant d'affaires direct, voilà la solution ! Je m'explique. Trop souvent, pour quantité de marchandises qu'ils nous vendent ou nous achètent, les Anglais et les Américains ne sont que des intermédiaires entre nous et le pays consommateur ou vendeur. A l'exportation, c'est surtout Londres qui achète notre blé, nos

---

[12] Trois-dixièmes en Angleterre et cinq-dixièmes aux États-Unis.

[13] Le café et le caoutchouc représentent pour le Brésil environ les 6-10 de ses exportations. On se rappelle la crise traversée il y a près de 20 ans par ce pays lors de la baisse de ce premier produit. La "valorisation des cafés" qui s'en suivit ne parvint pas, comme on l'avait espéré, à enrayer tout le mal.

pommes, notre fromage, notre nickel, nos fourrures. Une certaine quantité de ces marchandises est évidemment consommée en Angleterre, mais une très large part en est réexportée vers la Belgique, la France, l'Italie, et les autres pays du continent européen. Ceci est très désavantageux pour nous, surtout à deux points de vue: d'abord nos produits coûtent plus cher à Bruxelles, à Paris et ailleurs que s'ils y étaient exportés directement du Canada; de plus, ils risquent fort d'être dénationalisés avant d'arriver dans le pays consommateur. Faut-il rappeler l'exemple de notre fromage de Québec, passant par l'Angleterre, pour se rendre en Belgique et en France, et vendu dans ces pays sous le nom de "Chester", nom donné à un fromage anglais très connu en Europe; et ceux de notre nickel, de notre amiante, de notre pâte de bois, et de tant d'autres de nos produits vendus par des courtiers de Londres ou de New-York, sans indication d'origine. Vous admettrez que cet état de choses est déplorable et qu'il y va de notre intérêt de faire nos affaires directement. Pour cela il faut envoyer dans tous les pays susceptibles d'acheter nos produits des vendeurs compétents, parlant la langue de ces pays et bien au courant des marchés. Non seulement nous y vendrons plus, parce qu'étant au courant de la demande et de ses exigences, nous pourrons préparer nos produits en conséquence, mais au point de vue national, plus le nom du Canada et celui de Québec accompagneront les marchandises vendues à l'étranger, plus l'attention des acheteurs se tournera de notre côté et plus notre commerce d'exportation se développera. Au contraire l'intermédiaire étranger, n'ayant en vue que son intérêt personnel, remplacera le produit canadien, devenu invendable, par un autre, sans nous en donner les raisons.

Quant aux produits manufacturés que nous importons d'Europe, ce n'est pas toujours notre faute si, avant d'arriver sur notre marché, ils se grèvent d'une commission à un intermédiaire étranger. Depuis longtemps les industriels européens se sont habitués à ne considérer dans toute l'Amérique du Nord, qu'un seul pays : les Etats-Unis. Celui-ci a tout drainé à son profit. Les agents généraux des grandes firmes d'Europe, établis, la plupart du temps, à New-York, représentent celles-ci à la fois pour les Etats-Unis et le Canada. Inutile d'ajouter que ces monopoles favorisent singulièrement le maintien de prix élevés : le commerçant de New-York, qui n'a évidemment pas le temps de parcourir tout cet immense territoire, crée des sous-agences, et les commissions s'ajoutent aux com-

missions. Dans d'autres cas ces agents se désintéressent complètement de notre pays, ne "travaillent" régulièrement que les États-Unis et incidemment tentent quelques affaires au Canada. De nombreuses maisons anglaises, françaises, belges, allemandes, et autres sont dans ce cas ! Parfois même la chose est encore plus compliquée. L'industriel ayant, par contrat à long terme, accordé son agence à un courtier de Londres, celui-ci à son tour délègue ses pouvoirs à des agents et sous-agents américains. On le voit, c'est tout au désavantage du Canada. Comment y remédier ? Uniquement en faisant nos affaires nous-mêmes : allons sur place tant pour vendre que pour acheter et faisons-nous connaître de nos correspondants. Surtout, refusons d'acheter aux usines européennes qui ne sont représentées qu'aux Etats-Unis et ne veulent pas traiter directement avec nous.

Il est certain que ce n'est pas en quelques mois ou même en quelques années que l'on peut modifier une telle situation. Tant d'intérêts opposés sont en jeu et les courants sont établis. Lentement cependant, il faut espérer que nous verrons l'évolution se produire. Nos hommes d'affaires sont trop habitués à toutes les facilités que leur procurent les courtiers de Londres et de New-York, pour s'en passer de but en blanc; ces derniers d'ailleurs sont trop bien introduits sur les marchés d'exportation pour qu'il soit possible de les évincer sans efforts. Il y va de l'intérêt du Canada, cependant, de s'en passer dès que possible et de traiter directement avec les producteurs. N'est-il pas désolant, en effet, de relever dans les statistiques que nous importons d'Angleterre et des Etats-Unis plus de caoutchouc brut (environ 13 millions de lbs. contre 11 millions en 1920) que du Brésil, de Ceylan, de Malacca et d'Afrique qui en sont les grands producteurs; que tout l'acajou que nous consommons, bois tropical et qui n'est pas produit aux Etats-Unis, nous vient de ce dernier pays en totalité (environ 2 millions de pieds en 1920), que le chanvre Henequen, produit exclusif du Mexique, nous est vendu par les Etats-Unis (pour environ 3 millions de dollars en 1920) et non par le Mexique.

Pour d'autres produits bruts que, d'après les statistiques officielles, nous recevons directement du pays d'origine, il serait intéressant de savoir par l'intermédiaire de qui les achats sont faits. Combien de nos importateurs de coton ou de laine, par exemple, font directement leurs achats aux centres de production, aux Etats-Unis, en Australie, en Nouvelle-Zélande ou en Argentine. Pour-

quoi ne ferions-nous pas comme les grandes maisons d'Angleterre, de France, d'Allemagne, et d'ailleurs, qui envoient régulièrement leurs acheteurs aux ventes publiques tenues à époque fixe à Buenos-Ayres, Sydney, Melbourne, au lieu de continuer à passer par des courtiers étrangers.

J'en dirais tout autant de quantité d'autres matières premières que, par une connaissance plus approfondie des marchés étrangers, par l'étude plus développée de la géographie économique et des ressources naturelles de toutes les contrées du globe, nous pourrions par nous-mêmes, acheter au pays de production.

La situation est la même pour beaucoup de produits fabriqués : les plus beaux cristaux de Belgique, les meubles Viennois nous sont vendus par des agences de Londres, les modes de France et les montres suisses, par New-York. Il serait facile de multiplier ces exemples.[14] Ceux-ci sont suffisamment convaincants. Que cette situation présente des inconvénients nombreux, personne n'en doute. Le moindre, comme toutes les méthodes aisées, qui suppriment l'effort et la recherche, c'est d'être coûteux. A ce titre la solution du problème doit intéresser la population entière.

Les raisons de cette orientation de notre commerce extérieur sont élémentaires. Fraction de ce gigantesque empire britannique, le Canada, dont l'essor industriel est d'hier, devait fatalement se laisser dominer commercialement par l'Angleterre. L'organisation commerciale très ancienne et très parfaite de celle-ci, la diversité de ses produits et, pour beaucoup, l'excellence de leur qualité, la puissance de ses banques, les innombrables ramifications de sa marine marchande, l'exactitude et l'importance de ses services de documentation économique, mis au service de l'industriel et du commerçant anglais, sont autant d'éléments qui contribuent au maintien de sa suprématie sur beaucoup de marchés extérieurs et en tout premier lieu dans les pays, qui, comme le Canada, dépendent de la couronne Britannique. Le tarif préférentiel dont jouissent les produits anglais à l'entrée au Canada lui permet d'autre part de concurrencer sur notre marché les marchandises d'autres pays.

Plus près de nous les États-Unis, environ 15 fois plus peuplés que le Canada, dont le prodigieux développement industriel, au cours du dernier quart de siècle, a provoqué une surproduction telle que le

[14] Récemment encore M. G. Langlois qui représente la province de Québec à Bruxelles signalait le cas d'une de nos plus grandes maisons de Montréal achetant, par un agent de New-York, des meubles d'art fabriqués (à son insu) en Belgique !

marché local ne peut l'absorber, cherchent par tous les moyens à vendre au dehors. Aucun marché ne présentait aux Américains les mêmes avantages que le Canada, voisin et en majorité peuplé de gens de même langue et de mêmes goûts. C'était une proie facile, sur laquelle s'est lancée, depuis nombre d'années, une nuée de commis voyageurs et d'agents commerciaux représentant toutes les sections de l'industrie américaine. L'excellence des moyens de transport, la facilité des modes de règlement, l'équivalence des systèmes monétaires, (question de change mise à part), la similitude des poids et mesures, des modes d'emballage et de présentation des produits, la collossale et suggestive publicité des firmes américaines, sont autant d'éléments qui ont permis aux Etats-Unis le méthodique et souvent complet accaparement du marché canadien. Nos achats en ce pays sont, de toute évidence, beaucoup trop considérables, comparés aux ventes que nous y faisons. Il est de notre intérêt de ne pas laisser persister cet état de choses. Pour cela, il faut, comme je le disais tantôt, s'efforcer de créer des rapports commerciaux avec des centres plus éloignés, d'un accès moins facile et où, par suite des différences de langue, de monnaie et d'usages commerciaux, les transactions seront, surtout au début, moins aisées, mais où, par contre, tout sera moins cher. Il faut aussi et surtout essayer de fabriquer plus et à meilleur marché au Canada et ne pas compter sur des droits protecteurs élevés pour augmenter salaires et prix de revient.

Nous sommes aux prises avec des colosses industriels et commerciaux. Si nous voulons que notre commerce extérieur prenne toute l'ampleur désirée et nous libère du joug que nous subissons de notre puissant voisin d'une part et de l'Angleterre d'autre part, il faut que nous modifiions nos méthodes commerciales en conséquence et que nous nous formions une mentalité plus ouverte aux entreprises lointaines.

En ce qui concerne nos importations, j'ai à peu près dit tout ce qu'il convient. Je répète encore, qu'il s'agisse de matières premières nécessaires à nos industries ou de produits manufacturés, il faut que nous les achetions là où ils sont — à qualité égale — le meilleur marché et directement chez le producteur. C'est notre avantage et nous ne devons rien négliger pour y parvenir.

Mais, s'il est relativement aisé, avec une bonne connaissance des ressources mondiales, de se fournir aux endroits les plus avantageux, il n'est pas aussi facile d'écouler au dehors le trop plein de sa

production. Quoique certains en pensent, exporter est une véritable science. Celle-ci est peu connue chez nous. Le Canada, jusqu'en ces dernières années, fut surtout un exportateur de céréales et de produits de l'élevage. C'est la situation spéciale, créée par la guerre, qui a révélé à nos industriels l'immense champ d'action qu'ils pouvaient trouver à l'étranger. Cependant, ils ne sont pas seuls à offrir leurs marchandises; la concurrence est effrénée ! Aujourd'hui, la période des affaires faciles du temps de guerre étant passée, c'est le plus habile qui l'emporte. Le débouché doit être conquis et cette conquête n'est pas aisée. Toujours elle nécessite bien des connaissances. Les pays industriels d'Europe qui, depuis longtemps, ont dû chercher outremer l'écoulement de leur surproduction, se sont préoccupés d'enseigner dans leurs écoles supérieures de commerce toutes les connaissances nécessaires pour développer méthodiquement un vaste commerce d'exportation. Les Etats-Unis aussi, dont les industriels ont été alléchés depuis 1914 par les hauts prix qu'ils ont obtenus à l'étranger pour leurs produits, ont organisé dans toutes leurs universités, sous le nom de "foreign trade" de multiples cours se rapportant au commerce d'exportation. Le nombre de volumes, traitant de ces sujets, publiés par les ministères fédéraux à Washington, par les associations commerciales et autres, est énorme. Certains sont d'ailleurs fort intéressants et fourmillent de renseignements et de détails précis sur l'un ou l'autre marché que les Etats-Unis rêvent de conquérir et où, à la faveur de la guerre, ils ont assez facilement remplacé les Européens. Parmi ces marchés, ceux des pays latins de l'Amérique du Sud semblent les intéresser particulièrement et ils y ont d'ailleurs obtenu de réels succès.

Il est donc évident que, pour conquérir un marché, il faut d'abord parfaitement le connaître au point de vue géographique; il faut être renseigné sur l'importance de ses villes, sur ses voies de communication, ses industries principales, ses ressources naturelles; il faut ensuite se familiariser avec les goûts et les habitudes de sa population, ses usages commerciaux particuliers, et être au courant enfin de tout autre détail de nature à faciliter la tâche de l'industriel et de l'exportateur.

Et ce n'est pas tout car, un marché une fois conquis, il faut pouvoir le garder ! L'âpre concurrence qui s'exerce partout doit tenir nos exportateurs en éveil. Leurs prix doivent, s'ils veulent vendre au dehors, se régler sur ceux de leurs concurrents. Les préférences des consommateurs doivent les guider au point de vue de l'apparence

à donner à leurs marchandises. Il faut qu'ils puissent, à source sûre, se renseigner sur les pays qui les intéressent, les goûts de la clientèle, les changements dans les tarifs douaniers et des transports. Il faut donc, avant tout, avoir, au moins dans tous les grands centres d'importation, des informateurs non seulement très au fait d'une façon générale de tout ce qui intéresse le commerce et l'industrie nationale, mais aussi, parfaitement renseignés sur le pays où ils sont envoyés. Comme des agents de l'espèce ne peuvent être isolés, il faut au Canada des offices centraux de documentation mis au service de l'exportateur. Des banques d'exportation devraient s'organiser pour faciliter à nos commerçants les affaires en pays lointains. Enfin peut-être serait-il nécessaire de créer de nouveaux organismes de crédit pour les aider à traverser la période difficile du moment.

Je vais essayer de vous montrer ce qui s'est fait ailleurs, et, en vous prouvant combien nos concurrents sont puissants et bien outillés, je vous aurai par là même indiqué ce qu'il nous faudra faire dans l'avenir si nous voulons avoir notre place au soleil sur les marchés du monde.

* * *

Si, d'une façon générale, tous les peuples les plus avancés ont compris depuis longtemps la nécessité pour les commerçants d'une formation intellectuelle égale à celle des gens de professions libérales, il faut admettre, après ce que je viens de dire que, pour ceux qui veulent exporter et qui espèrent le succès dans cette voie, cette formation est encore plus indispensable.

En divers articles et conférences j'ai traité la question de l'enseignement commercial supérieur. Il n'est donc pas nécessaire de la reprendre ici. Cependant, à tous ceux que j'ai cités précédemment, je désire ajouter les quelques témoignages suivants.

Il y a 15 ans déjà, M. Siegfried écrivait ce qui suit, dans la "Revue des deux Mondes" [15], à une époque qui n'était pas troublée comme la présente :

"Quelqu'un pourrait-il me dire, en peu de mots, ce qu'il faut entendre par un négociant?" demandait le grand philanthrope belge M. Solvay, au Congrès d'Expansion mondiale tenu à Mons en 1905. Nous répondîmes qu'il suffisait d'une phrase et que le négo-

[15] "L'Enseignement Commercial en France et dans les principaux pays du monde", par Jacques Siegfried (*Revue des Deux-Mondes*, Tome 35e, 1906).

ciant digne de ce nom était celui qui, en lisant son journal le matin, pouvait se rendre compte presque instantanément de l'influence qu'exerceraient, sur les affaires en général et sur les siennes en particulier, chacune des nouvelles télégraphiées de n'importe quelle partie du monde. Pour cela, il faut savoir, en effet, beaucoup de choses : il faut connaître la géographie, ne pas se contenter de se représenter sur la carte le pays d'où arrive la nouvelle intéressante; mais, s'il s'agit d'une marchandise produite par ce pays, être au courant de son importance relativement aux contrées concurrentes, savoir établir rapidement la parité des cours et, par conséquent, faire les calculs de poids, de mesures, de changes, de frets, et d'escomptes, en un mot connaître à fond la comptabilité; il faut être renseigné non seulement sur les produits, mais aussi sur la consommation et sur les marchés commerciaux. S'il s'agit d'une nouvelle financière, il faut pouvoir se rendre compte de la répercussion qu'elle aura sur le crédit et sur tout ce qui en dépend d'où la nécessité d'avoir étudié l'économie politique et les sciences financières. Si, enfin, c'est une dépêche politique il faut encore se demander ce qu'il en résultera pour le monde des affaires. Tous ces raisonnements, tous ces calculs, toutes ces déductions, il est nécessaire de les faire vite, car, dans ce siècle de concurrence télégraphique internationale, malheur à celui qui arrive après les autres."

A peu près vers la même époque M. G. de Leener, [16] professeur à l'Université de Bruxelles, disait :

"On n'estimera pas moins la carrière commerciale que les professions libérales, car on saura que l'homme d'affaires doit avoir, pour vaincre les difficultés de l'expansion, un esprit aussi cultivé, un jugement aussi sûr et une méthode aussi précise que l'avocat, le médecin ou l'ingénieur. L'enseignement commercial supérieur sélectionnera donc les jeunes gens pour entraîner les plus capables et les plus actifs aux fonctions dirigeantes du monde des affaires. '

Les résultats acquis depuis lors n'ont pas modifié cette manière de voir. Ecoutez ce que l'on en pense aujourd'hui. Dans l'"Economiste Français", M. André Liesse [17] affirme que :

"Tout le monde est aujourd'hui d'accord pour reconnaître la nécessité d'une culture à bases positives, et solidement établies, pour la formation des industriels, des commerçants, et parmi eux,

---

[16] "Ce qui manque au commerce belge d'exportation" G. de Leener, publication de l'Institut de sociologie Solvay, Bruxelles.

[17] "La Réforme de l'Enseignement Secondaire", L'Économiste Français No 34, août 1921.

naturellement, des banquiers. La complexité de la direction générale tant des entreprises que des différents services qu'elles comprennent, fait apparaître, aux yeux de ceux — pas assez nombreux — dont l'esprit est éclairé sur ce point, l'étendue des connaissances que doivent posséder les hommes remplissant ces fonctions libres. L'extension des marchés, la rapidité des communications, le mouvement continu qu'apportent les découvertes de la science et leurs applications à l'industrie, les problèmes sans cesse posés avec des aspects nouveaux du crédit, du change, de la politique douanière et ceux que l'on dénomme "questions sociales", exigent un esprit assoupli à l'analyse des éléments dont sont faits les événements de tout ordre. Cela suppose des connaissances générales, en dehors des connaissances spécialement techniques. L'étude de la science économique, base essentielle de ces connaissances, ne peut être elle-même fructueuse que si elle se relie à une culture qui permet de posséder une connaissance du passé, une compréhension du développement de différentes civilisations, d'où l'on doit tirer des enseignements précieux pour la conduite des affaires. [18]

Un peu plus loin, M. Liesse termine son article par ces mots :

"L'activité, le tempérament servi par l'audace, quoiqu'étant des facteurs nécessaires, ne suffisent plus.

Ailleurs M. Pavie, [19] sous-directeur de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales de Paris, ajoute:

"La concurrence commerciale entre nations s'est faite singulièrement âpre, au lendemain de la crise qui a bouleversé le monde entier. Sur les divers marchés, les plus empressés, et ceux à qui la situation monétaire de leur pays offrait des facilités particulières, quant à l'établissement des prix, ont eu vite fait de s'installer. Un agent d'exportation, qui veut être de taille à lutter contre ces rivaux déjà en place, doit être pourvu d'un solide bagage de connaissances, d'une activité physique et intellectuelle, d'une volonté et d'une énergie qui ne se laissent entamer par aucune difficulté.

"Ces qualités physiques, intellectuelles et morales, qui sont de nature, c'est la formation et la culture générale sans doute qui les développent et les perfectionnent. Mais la formation technique n'est point sur elles sans effet, et elle agira d'autant plus fortement

---

[18] C'est pour cette raison que les étudiants en Sciences commerciales, contrairement à ce que bien des gens non initiés croient, doivent avoir une culture générale suffisante, pour tirer parti de l'enseignement commercial supérieur. L'étude approfondie de l'histoire et de la géographie est indispensable à cette fin.

[19] "La Formation Technique des Agents pour le Commerce d'Exportation" par A. Pavie, dans "L'Expansion Économique" No 5 — Paris. 1921.

que l'éducation et l'instruction qui auront précédé les années d'études spécialisées auront été plus solides."

Vous le voyez, messieurs, les avis sont unanimes. Ils prouvent, une fois de plus, que nous ne devons rien négliger pour donner à nos futurs commerçants, exportateurs et industriels la formation dont ils ont besoin et sans laquelle, aujourd'hui, le succès est impossible. A ce sujet, je tiens à réaffirmer que, dans ma pensée, ce n'est pas l'enseignement commercial supérieur seul qu'il faut développer. Si celui-ci est d'une importance primordiale, il n'est pas unique, et, formant l'élite commerciale dont nous avons grand besoin, il ne s'adresse qu'à une fraction limitée de la population. Il ne pourra rendre tout ce que nous sommes en droit d'en espérer que lorsque la grande masse de notre population aura une formation générale plus élevée. Notre enseignement primaire et notre enseignement commercial moyen doivent tendre vers ce but. Pour cela, il faut en modifier les programmes ainsi que les méthodes et surtout les orienter vers plus de culture générale.[20] Le public doit admettre la nécessité de notre organisation commerciale plus méthodique, plus efficace, plus scientifique enfin. Il ne le fera que s'il est suffisamment instruit pour en comprendre l'importance. C'est pourquoi, à côté des chefs, formés par l'enseignement commercial supérieur et possédant toutes les connaissances requises par la complexité des affaires modernes, il faut une légion d'employés capables, dont l'instruction soit suffisante pour les seconder habilement. C'est l'enseignement commercial moyen qui doit les former. En étroite liaison avec celui-ci nous devrons aussi, dans les années à venir, donner à notre enseignement technique un développement graduel, logique et bien coordonné à tous les degrés. Celui-ci nous procurera des ouvriers, contremaîtres, chefs d'ateliers, ingénieurs, et industriels, tous également compétents dans leur sphère respective. Le travail soigné d'une excellente main-d'œuvre, des usines bien organisées et dirigées, assureront à nos produits la qualité qui les fera apprécier et un prix de revient suffisamment bas pour permettre la concurrence avec les autres pays.

Voilà pour l'instruction !

Je passe aux autres moyens à employer pour aider nos exportateurs et leur faciliter la tâche d'écouler les produits canadiens à l'étranger. Ces moyens sont de deux sortes : les uns purement

[20] Voir mon article "Notre Enseignement Commercial et Technique" dans l'*Action française*, septembre 1921.

passifs, ne viendront à son secours que s'il sait bien s'en servir, les autres sont des auxiliaires plus actifs qui l'aideront à mener à bonne fin les transactions qu'il aura pu amorcer grâce à sa compétence et à son habileté en affaires. Parmi les premiers il faut citer, tous les organismes destinés à le renseigner sur les marchés extérieurs: service efficace d'attachés commerciaux, bureaux de concentration et organes de diffusion rapide au Canada des renseignements recueillis par les attachés; foires et expositions dans le pays et à l'étranger; musée commercial et bureau de renseignements y annexé, au service du commerce et de l'industrie.

L'aide directe doit provenir, en temps normal, des banques et des syndicats d'exportation. Depuis l'armistice plusieurs gouvernements ont coopéré à l'organisation systématique des crédits à l'exportation.

Un mot de chacun de ces services.

* * *

Les attachés commerciaux sont, pour tous les pays qui en possèdent, des agents — indépendants du corps consulaire et diplomatique — dont la fonction est de renseigner leur patrie sur les possibilités d'affaires dans la région où ils sont envoyés. Leur rôle doit donc être, non seulement de tenir leurs compatriotes exportateurs au courant de tout ce qui peut les intéresser pour le placement de leurs produits, mais aussi de fournir aux importateurs toutes les indications concernant les matières premières employées dans les industries nationales. A ce double point de vue, on se rend compte de l'immensité du champ d'action de ces agents. Leurs connaissances techniques et commerciales doivent être étendues pour qu'ils puissent, en tout état de cause, répondre à toutes les questions qui leur sont posées, établir, pour leur gouvernement, des rapports clairs et bien documentés. On conçoit l'importance de ces fonctions, puisque, de l'exactitude des renseignements fournis par les attachés peut dépendre le succès ou l'échec de nombreuses entreprises commerciales. C'est pourquoi, partout ces agents sont choisis très soigneusement : dans certains pays ce sont d'anciens consuls, qui ont fait leurs preuves, et que l'on renvoie en qualité d'attachés dans des régions qu'ils connaissent à fond pour y avoir longuement résidé; dans d'autres pays l'admission est faite au concours parmi les candidats porteurs des diplômes requis. La plupart du temps, les attachés, comme les consuls d'ailleurs, ne sont envoyés au dehors

qu'après un stage assez long au ministère du commerce et ils ne commencent leurs fonctions à l'étranger qu'en sous-ordre.

Au Canada, les candidats sont soumis à un concours, ouvert à n'importe qui. Ceci amène à ces examens un ensemble effarant de candidats, des plus disparates, entre lesquels souvent toute sélection est impossible : les meilleurs étant encore nuls et souvent totalement ignorants de ce que peuvent être les fonctions pour lesquelles ils postulent. Le remède semble facile. Qu'il me soit permis cependant de remarquer, qu'ayant fait partie de certains jurys s'occupant de ces examens, j'ai, à diverses reprises, attiré l'attention du gouvernement fédéral (surtout pendant les années 1919-1920) sur les faiblesses et les lacunes de l'organisation de cet important service par un recrutement de l'espèce. La situation ne s'est pas améliorée cependant et récemment le "Weekly Bulletin", organe officiel du Ministère du Commerce, [21] reproduisait une correspondance échangée, au sujet des piteux résultats de ces examens, entre M. Foran, de la Commission du Service Civil, organisatrice de ces concours et M. Poussette, Directeur au ministère du Commerce, dont dépend le service des attachés commerciaux canadiens. Alors que tous les pays qui ont obtenu les meilleurs résultats du travail de leurs attachés commerciaux et de leurs consuls sont ceux qui ont mis, comme condition sine qua non d'admission à ces services, l'obtention d'un diplôme d'études commerciales supérieures — qui seules préparent à ces carrières — les exigences à Ottawa ne dépassent guère l'école primaire. M. Foran, en effet, affirme dans cette lettre que "the examinations were confined to a test of general knowledge, such as any man between the ages of 21 and 30, "with the equivalent" of a university degree and some experience in business, should possess". Plus loin il ajoute "questions as to canadian manufactures and products as should be within the ken of any young man who passed through "high school", had been asked". Rien d'étonnant alors à ce que plus loin dans sa lettre M. Foran dise que "the papers, as a whole, showed a really lamentable ignorance on these subjects".

Il est certain que si l'on continue de la sorte on n'attirera vers ces carrières aucun jeune homme ayant réellement la formation voulue. Au lieu d'ouvrir le concours à tous ceux qui se considèrent comme ayant une instruction équivalente à celle d'un diplômé d'université (l'expérience prouve que même les plus ignorants se croient dans ce cas), il ne faut admettre à ces examens que ceux qui sont

---

[21] *Weekly Bulletin*, No 923, 10 octobre 1921.

réellement porteurs d'un diplôme universitaire. Entre tous, celui de la licence en sciences commerciales doit être préféré pour ces positions. N'est-il pas concluant et regrettable, tout à la fois, que, parmi les vingt attachés commerciaux que le Canada possède déjà, de par le monde, il n'y ait aucun diplômé de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales. Cette institution est cependant la seule au Canada qui enseigne toutes les matières requises partout pour l'accès à ces positions ! Espérons que dans un avenir prochain nous verrons apporter, par le gouvernement fédéral, les modifications nécessaires au mode de recrutement, de ces importants fonctionnaires, de façon à constituer, au service du commerce extérieur du Canada, un personnel d'élite et qui ne le cède en rien à celui d'autres pays.

Quant à la concentration des renseignements fournis par les attachés et à leur communication aux industriels et exportateurs, elle se fait par les soins du Ministère du Commerce, au moyen de son "Weekly Bulletin". [22] Ce petit organe est assez bien fait d'une façon générale et est apprécié des hommes d'affaires. Il est insuffisant cependant. Il serait désirable que le ministère du Commerce publiât des études beaucoup plus approfondies sur les divers pays où le Canada est représenté et cela uniquement en vue des intérêts canadiens. [23] Le "Weekly Bulletin" pourrait subsister dans sa forme actuelle et par des communiqués succincts ainsi que par sa rubrique de l'offre et de la demande, mettre en rapport les exportateurs canadiens et les acheteurs étrangers. Quant aux études économiques elles devraient être élaborées entièrement par les attachés commerciaux et ne pas être uniquement une série de notes et de renseignements très souvent périmés. Ces rapports devraient donner un aperçu complet du pays, de ses ressources, de sa population, des voies de communication, de l'industrie, du commerce, des ports et de leur outillage. Des études semblables sont publiées dans tous les pays d'Europe et aux Etats-Unis, sous forme de rapports consulaires, mais, puisque le Canada n'a pas de consuls, cette besogne devra forcément incomber à ces attachés commerciaux.

---

[22] Le *Weekly Bulletin* s'appelle maintenant *Commercial Intelligence Journal*.

[23] Ce texte était prêt à l'impression lorsque le courrier m'apporte *The Indian Empire as a Market for Canadian Products*, par H. R. Poussette, Directeur de Service au Ministère du Commerce. C'est la première fois, je crois, que ce département édite un ouvrage de l'espèce. L'effort est digne d'être signalé, mais il faudrait qu'il soit suivi de beaucoup d'autres, et, surtout, que la compétence des agents de cet important service à l'étranger leur permette de faire des enquêtes approfondies et personnelles.

Ces travaux pourraient aussi être partiellement effectués par des boursiers si le gouvernement procédait à la création de bourses de voyage permettant aux diplômés de l'enseignement commercial supérieur de faire un stage commercial à l'étranger.

Nombreux sont les pays qui accordent des bourses de voyage depuis longtemps. Les jeunes boursiers, soigneusement triés sur le volet, parmi les porteurs d'un diplôme d'enseignement commercial supérieur, sont désignés par le gouvernement pour tel ou tel pays, dans lequel ils se fixent pendant deux ou trois ans. Ils sont obligés pendant ce temps de s'occuper de commerce, soit en se mettant au service d'une maison existante, soit en y ouvrant eux-mêmes un bureau d'importation, de courtage ou autre. A époques fixes les boursiers doivent fournir à leur gouvernement des rapports circonstanciés de leur mission, des études économiques concernant les pays où ils sont fixés. Toutes leurs recherches et études doivent avoir en vue le développement d'affaires avec leur patrie.

Ainsi que le dit le rapport de la commission récemment instituée en France, au sous-secrétariat d'Etat de l'enseignement technique, en vue de l'organisation des stages commerciaux à l'étranger: "Ce système complète la préparation d'une élite de jeunes gens qui, voulant se consacrer à l'expansion commerciale de la France, puiseraient dans un stage spécial les informations reçues et les aptitudes définitives qu'un enseignement théorique est impuissant à fournir. Ces jeunes gens trouveraient au dehors, notamment auprès des attachés commerciaux, un appui matériel et moral. On se garderait d'en faire des bureaucrates. On cherche en eux une force d'activité au service du développement des affaires françaises dans le monde."[24]

Ce qui est vrai pour la France est vrai pour nous et il est incontestable que si nous pouvions envoyer chaque année quelques-uns de nos jeunes gens compléter ainsi pratiquement leurs études commerciales à l'étranger, nous ne tarderions pas à voir de nouveaux courants d'affaires s'établir. Les relations que ces boursiers se créeraient à l'étranger faciliteraient des rapports commerciaux directs entre le Canada et les pays importateurs. D'autre part, un tel système rendrait plus aisé le recrutement des attachés commerciaux, certains stagiaires pouvant agir comme secrétaires de ceux-ci et acquérir de cette façon une formation très intéressante. Avant

---

[24] Rapport présenté par M. Gaston Vidal, sous-secrétaire d'État de l'enseignement technique.

tout il faudrait soigneusement les choisir en tenant compte à la fois de leur instruction, de leur éducation et de leur caractère. Il va de soi qu'une organisation de l'espèce entraîne des frais. C'est à l'Etat qu'il incombe de les supporter. D'ailleurs le boursier, délégué officiel de son gouvernement, bénéficie pour ses études et recherches à l'étranger de l'influence que cette mission lui donne.

* * *

Les foires et les expositions sont un autre moyen de faire connaître les produits que nous avons à vendre. Depuis longtemps les villes de Québec, Toronto, Trois-Rivières organisent de petites expositions régionales qui ne sont pas sans intérêt. Dans le pays cependant une grande exposition internationale aurait l'avantage d'attirer l'attention du monde entier sur le Canada et d'y amener la foule des visiteurs étrangers. Depuis longtemps un projet d'exposition internationale à tenir à Montréal a été élaboré, mais pour des raisons, surtout financières, celui-ci n'a jamais été mis à exécution. L'entreprise est onéreuse, sans aucun doute, mais que d'avantages notre commerce en retirerait.

Je ne crois pas cependant que ce soit vers ce genre d'expositions que nous devions tendre tous nos efforts. Les premières dont je viens de parler sont purement régionales et ne nous aident pas à trouver de nouveaux débouchés pour nos produits, les secondes sont très coûteuses et ne peuvent donc se réaliser fréquemment. De plus, tout en attirant vers notre pays de nombreux étrangers qui, nous connaissant mieux, seraient tentés d'entrer en relations d'affaires avec nous, il faut bien admettre que c'est surtout l'importation de leurs produits au Canada qui intéresserait la majorité des exposants. Nous aussi, par conséquent si nous voulons vendre à l'étranger, c'est chez lui qu'il faut exposer. Nous ne devons négliger aucune occasion de montrer à nos clients futurs ce que nous pouvons leur fournir. Nos concurrents ne s'en font pas faute et depuis l'armistice nous assistons, surtout en Europe, à l'instar de la fameuse foire de Leipzig, à l'organisation de foires similaires à Lyon, Marseille, Bordeaux, Londres, Birmingham, Glasgow, Bruxelles, Liège, Berlin, Munich, Francfort, Lausanne, Prague, Bucarest, Christiania, et ailleurs.

La plupart de ces foires permettent l'exposition de tous les produits, que ceux-ci soient agricoles ou industriels; quelques-unes sont spéciales comme par exemple la foire du papier tenue à Berlin l'été

dernier et qui ne comportait que les produits de l'industrie papetière et l'exposition de matériel agricole qui sera tenue au Cap en février 1922 (soit dit en passant, il serait intéressant de savoir combien de firmes canadiennes auront exposé en ces deux endroits, alors qu'il s'agit de produits importants pour notre industrie). Presque toutes aussi sont internationales. En France et en Belgique cependant, les exposants appartenant aux pays ennemis sont exclus jusqu'à nouvel ordre. Enfin, des foires nationales sont organisées ailleurs : Londres, par exemple, prépare pour 1922, sous le nom de "British Industries Fair", une exposition qui ne groupera que des produits d'origine britannique.

Certaines expositions sont permanentes telle la "Permanent British Samples Exhibits" organisée récemment par la "Federation of British Industries" à Bruxelles, d'autres encore sont itinérantes. Dans cette dernière catégorie, vous avez tous à l'esprit le train-exposition qui, sous le nom de "La France au Canada", vient de promener à travers notre pays, de Québec à Vancouver, la jolie collection des élégants produits de la France. Cette exposition ambulante vient de se terminer, avec un remarquable succès, par une exposition fixe dans les locaux mis à la disposition du Comité français des expositions par l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales. Nous savons que bientôt un train canadien va parcourir la France et, il faut l'espérer, la Belgique, exhibant partout les produits bruts et manufacturés que nous pouvons exporter. C'est une belle initiative et un effort sérieux pour développer des relations commerciales directes et plus étendues entre la France et le Canada. De leur côté les Italiens viennent, sur le yacht royal "Trinacria", mis à la disposition des commerçants et des industriels italiens, de promener une foire d'échantillons flottante dans les principaux ports de la Méditerranée. Les anglais veulent bientôt organiser un navire-exposition qui visiterait tous les dominions.

Ces exemples démontrent, nos commerçants et nos industriels doivent s'en convaincre, que, s'ils veulent exporter, il faut qu'ils aillent lier connaissance avec leurs acheteurs probables et leur montrer les marchandises qu'ils ont à offrir. Les foires et les expositions sont là pour les y aider, qu'ils sachent faire les sacrifices d'argent nécessaires et profiter de leurs avantages.

D'ailleurs leur profusion est un indice de la concurrence. Il est évident que si nous voulons notre part du trafic international, nous ne devons négliger aucune occasion de nous montrer à côté de

nos concurrents et de mener la lutte commerciale sur le terrain même que nous voulons conquérir. Il faut bouger, aller de l'avant et non pas attendre tranquillement le client chez nous ! Or, d'après les renseignements que nous recevons d'Europe, depuis la foire de Lyon de 1919, à laquelle certains de nos industriels ont pris part, leur nombre n'a cessé de décroître, si bien qu'aux dernières foires de Bruxelles et d'ailleurs il n'y avait aucun exposant canadien !...

J'admets qu'il n'est pas nécessaire que nous exposions à toutes les foires. Nous devons agir surtout là où nos marchandises sont le plus facilement vendables. Or, en participant à la grande guerre le Canada s'est révélé à l'Europe comme une grande et généreuse nation. Les soldats canadiens, par leur vaillance et leur magnanimité, se sont acquis tous les cœurs en France et en Belgique. Ils ont laissé là-bas un souvenir impérissable. Et, s il est vrai qu'en affaires il n'y a pas de sentiment, il est vrai aussi que la sympathie que tous les canadiens sont assurés de trouver dans ces deux pays pourra, en concurrence avec d'autres peuples, les aider au point de vue commercial... s'ils veulent se donner la peine d'en profiter ! Nos céréales, nos fruits, nos conserves alimentaires, notre fromage, nos œufs, notre miel, y sont demandés. Tous ceux-qui ont consommé ces produits en ont apprécié la qualité. Quant à nos fabricats s'il en est certains qui peuvent se vendre en ces pays, il en est beaucoup d'autres qui ne peuvent y concurrencer les produits nationaux. Dans les autres pays industriels d'Europe tels que l'Angleterre, l'Allemagne, la Suisse, dont les marchandises sont fréquemment moins chères et de qualité meilleure que l'article canadien, il nous est aussi très difficile de placer nos tissus, nos chaussures et autres manufacturés qu'il nous était aisé d'y vendre pendant la guerre. Il nous faut donc forcément chercher d'autres débouchés. Ceux-ci ne manquent pas: les pays balkaniques, l'Amérique du Sud, l'extrême Orient, l'Australie sont de vastes contrées où nos marchandises peuvent trouver des débouchés considérables.

* * *

Après les foires et expositions diverses, il faut mentionner un organisme fixe qui peut rendre les plus grands services au commerce et à l'industrie: je veux parler des musées commerciaux et des bureaux de renseignements qui leur sont annexés. Comme pour les autres points traités dans cette conférence, il ne m est pas possible de développer la question à fond et d'entrer ici dans tous les détails

de fonctionnement de semblables musées. Je tiens cependant à attirer votre attention sur ce complément qui me paraît indispensable dans l'organisation de notre commerce extérieur.

Des musées commerciaux avec office de renseignements existent en de nombreux pays. Le musée sert à l'exposition de tous les produits bruts et manufacturés qui peuvent faire l'objet d'un négoce. Ces collections doivent être composées de façon à montrer les transformations subies par les marchandises en cours de fabrication. Des modèles réduits d'usines, d'appareils et outils divers, les complètent. Des cartes et photographies représentent les endroits de production, les modes de transport, d'emballage et tous autres détails intéressants. On le conçoit, le but d'un musée de cette sorte est purement éducatif. Il peut d'abord servir comme tel pour l'instruction pratique des étudiants en sciences commerciales s'il est annexé à une école d'enseignement supérieur. Il en est ainsi à l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales de Montréal où un musée commercial est en voie d'organisation depuis 1917. Il contient à présent environ 10,000 échantillons de produits divers et sous peu des modèles réduits d'usines, types de machines et autres, complèteront son outillage. Il est possible cependant d'étendre son rayon d'action aux écoles régionales et même provinciales de diverses façons. Deux excellents moyens de faire bénéficier le plus grand nombre des avantages éducatifs de semblables musées sont, depuis plusieurs années, employés par le musée commercial de Philadelphie qui est réellement un modèle du genre et dont l'efficacité ne cesse de s'accroître. Ces moyens sont :

a) l'organisation, à époques fixes, de conférences simples sur la géographie ou les produits commerciaux, accompagnées de projections cinématographiques, auxquelles sont conviés à tour de rôle les élèves des écoles primaires et moyennes, sous la conduite de leurs instituteurs. Ces conférences sont suivies de visites explicatives des collections correspondant au sujet traité;

b) par la préparation de petites collections de produits bruts et manufacturés qui, bien présentés et classés par le personnel du musée, sont envoyées gratuitement dans toutes les écoles de la Pennsylvanie. Chaque échantillon étant accompagné de petites notices explicatives, de telles collections sont des plus précieuses pour l'enseignement, dans les écoles primaires et moyennes, de la géographie ou d'autres sciences qui s'y rapportent.

Enfin, le musée proprement dit doit être suffisamment bien outillé et ses collections complètes et tenues à jour pour qu'il devienne un moyen d'étude et de documentation générale pour le public, mais surtout pour les commerçants et les industriels. Ceux-ci doivent pouvoir y trouver non seulement des échantillons de produits bruts nationaux et des industries du pays, mais des échantillons de tous les produits bruts de l'univers avec autant de notices explicatives que possible concernant leur production, usages, prix. Un nouveau progrès nous est annoncé de Londres ou l'"Overseas Trade Department" se propose de créer un musée permanent d'échantillons étrangers, destinés à montrer quels sont les genres de marchandises que doivent concurrencer les produits anglais.

Chacun conçoit ce que des organismes de l'espèce, bien utilisés et mis au point, peuvent faire pour aider nos commerçants et nos industriels à atteindre le maximum de rendement et d'efficacité.

Cependant, le bureau de renseignements, plus que le musée auquel il est annexé, doit devenir de la plus grande importance pour le monde commercial, si celui-ci sait s'en servir. Semblable bureau doit, pour être complet, comprendre diverses sections, notamment:

a) le *bureau de renseignements commerciaux* proprement dit qui doit pouvoir, rapidement et avec exactitude, renseigner les exportateurs sur les occasions d'affaires à l'étranger, les usages des places, les modes de transport et d'emballages, les exigences des compagnies de transport et d'assurances à cet effet, les systèmes de poids et mesures, les monnaies en usage, les règlements et tarifs douaniers et consulaires, les droits de ports, les lois commerciales en vigueur (spécialement celles qui régissent les questions de crédits, lettres de change, recouvrement des créances étrangères, marques de fabriques), l'organisation et le fonctionnement des tribunaux de commerce et des chambres arbitrales ou de conciliation, l'organisation bancaire et enfin de mille autres renseignements dont peut avoir besoin celui qui veut vendre au loin. Une section de ce bureau peut éventuellement renseigner [25] les intéressés sur les acheteurs et agents commerciaux de l'étranger, l'importance des firmes et le genre d'affaires qu'elles traitent.

---

[25] C'est le cas du *Foreign Trade Bureau* annexé au Musée Commercial de Philadelphie qui possède un "Consultative Credit Index" des principales villes du monde pouvant donner des renseignements financiers sur plus de 375,000 firmes étrangères.

La documentation nécessaire pour ces divers services doit être obtenue d'abord par le dépouillement systématique, fait par un personnel compétent, de nombreux ouvrages, annuaires, revues, publications officielles, statistiques, géographiques et autres; elle pourrait ensuite être complétée et tenue à jour au moyen de renseignements que le bureau obtiendrait régulièrement soit des attachés commerciaux du Canada, soit de correspondants particuliers qu'il se choisirait dans chaque ville et port importants du monde. De tels services représenteraient pour nos commerçants des avantages énormes et que d'ailleurs la plupart des autres pays ont depuis longtemps accordés à leurs nationaux.

b) Une *bibliothèque* de référence composée d'ouvrages et de revues de sciences, d'industrie, de commerce, de transport, de géographie, de finances, etc. dont le classement doit être particulièrement soigné. En effet, le commerçant moderne doit étudier, il doit lire des livres et des revues s'occupant des affaires qu'il traite et non pas marcher à l'aveuglette ! Un récent article de la "Review of Reviews" [26] confirmait cette nécessité et nous apprenait qu'aux Etats-Unis certaines grandes maisons mettent à la disposition de leur personnel de volumineuses bibliothèques commerciales et techniques. La "Guaranty Trust Corporation" de New-York, possède une bibliothèque de plus de 20,000 ouvrages financiers et économiques et d'environ 40,000 brochures. Elle reçoit régulièrement 400 journaux et revues d'affaires. La "Metropolitan Life Ins. Company de New-York", met aussi à la disposition de ses employés une bibliothèque économique et commerciale de plus de 32,000 volumes, revues et brochures.

S'il était possible de voir toujours le dessous des cartes on découvrirait que bien des faillites et des insuccès, attribués aux circonstances malheureuses, sont dus surtout à l'ignorance et à l'étroitesse de vues qui en est la conséquence. Ce sera un des grands services rendus au commerce canadien-français par l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales que d'avoir appris à ses élèves — tous futurs commerçants — à puiser aux sources et à se documenter avec exactitude. Jusqu'à présent beaucoup de nos hommes d'affaires dédaignent ces instruments dont à l'étranger on apprécie mieux la valeur.

---

[26] "Why Business houses are developing libraries" par J. S. Frederick. *Review of Review,* New York October 1920.

Je puis en toute sincérité affirmer qu'à l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales où depuis 4 à 5 ans il a été réuni une collection de périodiques d'affaires (ce que les Américains appellent *trade paper*) très complète et unique au Canada, celle-ci n'est pas consultée suffisamment. Si cependant nos commerçants se rendaient compte de la multitude de renseignements qu'ils peuvent trouver dans ces quelque 500 périodiques mensuels ou hebdomadaires dont l'Ecole fait régulièrement pour eux le classement et le dépouillement, ils les consulteraient davantage, pour leur plus grand profit.

c) Un *service de tradution et de publication* en mesure d'effectuer la traduction en diverses langues des textes qui lui seraient soumis. Ce service peut être aussi chargé de la publication d'un organe officiel du musée, ainsi que de la publicité qui s'y rattache.

Il est facile de voir qu'un bureau de renseignements organisé de la sorte nous serait des plus précieux ici au Canada, surtout complété, dans un autre domaine, par un bureau de recherches scientifiques pouvant donner aux industriels les détails techniques dont ils ont besoin. Que de puissants leviers et que de succès commerciaux et industriels ils rendraient possibles.

Ainsi que je vous le disais tantôt, l'Ecole des Hautes Etudes de Montréal a commencé depuis quatre ans l'organisation d'un musée commercial et d'une bibliothèque spéciale. Avec des ressources suffisantes, on pourrait les développer comme je viens de l'exposer.

Je répète qu'en donnant cet appoint à nos exportateurs nous ne ferions qu'imiter les autres nations, car aujourd'hui des offices et des musées commerciaux, avec des attributions et sous des noms divers, fonctionnent dans un très grand nombre de pays.

Aux Etats-Unis le "Bureau of Foreign & Domestic Commerce" rattaché au Ministère du Commerce à Washington est le principal organe d'expansion économique. Il est tenu au courant par les rapports réguliers et fréquents des consuls, des Trade Commissioners, Commercial Attachés, Field Investigators et autres agents qu'il a disséminés dans le monde entier. Les renseignements qu'il possède sont transmis très rapidement aux intéressés, soit directement, soit par l'entremise de succursales et des chambres de commerce, ou encore, confidentiellement, aux exportateurs inscrits à cet effet. Les publications de cet office sont très nombreuses, certaines sont quotidiennes et publient des renseignements transmis par câbles de tous les coins du globe.

A côté de cet organisme officiel fonctionne, avec l'efficacité que l'on sait, le grand "Commercial Museum" de Philadelphie et son "Foreign Trade Bureau" que j'ai mentionné plus haut. Ses deux publications principales sont: "Commercial America" qui paraît chaque mois en anglais et en espagnol, et le "Weekly Export Bulletin" dont la circulation considérable est réservée au pays.

Je passe sous silence des associations, cependant très puissantes, qui rendent de grands services au commerce, telles que l'"American Manufacturers Export Association" et autres qui complètent la formidable organisation commerciale de ce pays.[27]

En France, l'Office National du Commerce extérieur, fondé en 1898, vient d'être complètement réorganisé et modernisé en 1919. Ses services principaux sont celui des renseignements commerciaux, celui des douanes et transports, celui des informations techniques et des importations de matières premières; le burau de renseignements aux voyageurs de commerce et aux représentants; le service de renseignements financiers et autres sur les maisons étrangères. Les attachés commerciaux dont le nombre a été considérablement augmenté depuis 1919 sont en rapport constant avec cet office. Les publications, (rapports, monographies, annuaires, dossiers,) de l'Office National du Commerce extérieur qui, avant la guerre, étaient nombreuses et très intéressantes seront reprises au fur et à mesure des possibilités. Le "Moniteur Officiel du Commerce" n'a pas reparu depuis 1914. Les "Dossiers Commerciaux" sont à nouveau publiés quotidiennement.

La France possède aussi à l'étranger des offices commerciaux, des chambres de commerce, des conseillers du commerce qui prolongent au dehors l'action de l'Office National. Il existe également à Paris, une importante institution privée l'"Association Nationale d'Expansion économique" qui fait un excellent travail et dont les publications sont des plus intéressantes et des plus pratiques. Son "Enquête sur la production française et la concurrence étrangère", en six gros volumes, est un ouvrage de documentation de très grand intérêt et son "Guide du vendeur Français à l'étranger" est de nature à faciliter considérablement le travail des représentants de maisons françaises à l'étranger. Sa revue mensuelle l'"Expansion économique" est loin d'être aussi vivante.

---

[27] En novembre 1921 il vient de se constituer à Montréal un "Export Club of Montreal" dont ne peuvent faire partie que les membres de la "Canadian Manufacturers Association". Il sera intéressant de suivre ses progrès et surtout de voir s'il compte stimuler le commerce d'exportation autrement que par des banquets et des discours!

Les "Comptoirs d'Exportation" en France ne sont guère nombreux ni florissants. Cependant, depuis la guerre, on semble avoir mieux compris les avantages, pour l'exportation, du travail en coopération, notamment : meilleure documentation, diminution de frais généraux, distribution équitable des ordres entre les membres du syndicat et donc élimination de la concurrence nationale.

Successivement depuis 1919 nous voyons se constituer la "Société Roubaix Exportation" qui groupe les industries textiles du Nord, en vue de l'exportation en Roumanie, Tchécoslovaquie, Yougoslavie. Des comptoirs et succursales établis dans le pays même dirigent les opérations sur place et renseignent les producteurs.

La société "Vienne Exportation" groupe l'industrie drapière de cette ville dans le même but. La constitution d'autres comptoirs d'exportation similaires est à l'étude pour la bonneterie et la chaussure.

L'Angleterre possède, elle aussi, une très bonne organisation commerciale. Par l'intermédiaire de son "Board of Trade" elle a, depuis plus de 20 ans, développé son "Commercial Intelligence Branch" qui possède un excellent bureau de consultation commerciale. Celui-ci publie un journal des plus intéressants et qui fourmille de renseignements. Un puissant service de documentation est organisé à l'étranger par les consuls britanniques, les "Trade Commissioners" et les attachés. Depuis 1917, les renseignements qu'ils fournissent sont groupés par un nouvel organe, le "Department of Overseas Trade" dirigé par des fonctionnaires du Ministère des Affaires étrangères et du commerce.

L'initiative privée a doté la Grande Bretagne d'un important groupement: la "Federation of British Industries". Cette association de fabricants anglais, créée en pleine guerre (1916), compte plus de 16,000 firmes ayant un capital global de plus de 4 milliards de livres sterling. Il faut remarquer qu'il ne s'agit pas ici d'un véritable syndicat d'exportation car jamais la fédération ne limite l'action de ses membres ni n'agit elle-même à titre commercial. C'est un organisme consultatif et de documentation. Le gouvernement britannique fréquemment recourt à ses avis. Les firmes affiliées à la fédération ont été réparties en dix-huit groupes principaux subdivisés à leur tour en quatre-vingts catégories susceptibles d'extension suivant les besoins. La Fédération a ses représentants et bureaux dans les principaux centres d'affaires de l'étranger; ces agences fournissent gratuitement à tous les acheteurs des rensei-

gnements sur les industriels affiliés et servent de trait d'union entre eux. La Fédération publie un bulletin hebdomadaire pour renseigner ses membres.

L'Allemagne, longtemps avant la guerre, avait organisé, au bénéfice de ses exportateurs, d'excellents offices de documentation. Son espionnage commercial était parfait. Son corps consulaire surtout était remarquable d'efficacité. A côté des organismes officiels, l'Allemagne possédait des associations privées, des "Exportvereine" qui par l'étude des marchés et l'exactitude de leur documentation ont rendu des services inappréciables au commerce allemand. D'ailleurs comme M. P. Clerget [28] le rappelle : l'"Allemand avait fait de la documentation une véritable science" et certaines institutions semi-officielles d'allure scientifique, telles que les Archives d'économie mondiale, tenues par l'Institut colonial de Hambourg et l'Institut pour le commerce maritime, annexé à l'Université de Kiel sont des trésors à ce point de vue. A Berlin, le service transocéanique allemand était autrefois en rapport constant avec les nombreuses associations germaniques de l'étranger. En 1919, l'Allemagne a créé un "Office du commerce extérieur" (Aussenhandelstellen) qui constitue un centre officiel d'information sur les marchés étrangers. Les circonstances actuelles ont d'ailleurs forcé ce pays à modifier beaucoup son organisation économique pour empêcher, d'une part, la liquidation de l'Allemagne (Ausverkauf) provenant de la chute vertigineuse du mark et d'autre part l'entrée en Allemagne des objets ou matières qui ne sont pas de première nécessité. [29]

L'Italie possède un important corps consulaire. Elle vient de créer un "Institut italien pour l'expansion commerciale et coloniale" à Venise et à Milan.

Ce que je viens de dire de l'organisation économique des grands pays d'Europe, je pourrais le dire de la plupart des petits pays, au moins de ceux qui, par l'importance de leur industrie ou de leur commerce, méritent souvent d'être comparés aux plus puissants, toutes proportions gardées évidemment.

La Belgique, par exemple, possède une organisation consulaire qui, pour n'être pas parfaite, n'en rend pas moins des services

---

[28] "L'Organisation du Commerce Extérieur" P. Clerget, article paru dans *Mon Bureau*, Paris 15 septembre 1921.

[29] L'*Exportateur Français* a publié (mars 1921) un intéressant article sur l'"Organisation économique allemande" qui expose clairement par quels organismes nouveaux les allemands règlent actuellement leurs importations et leurs exportations.

très appréciables. Depuis un certain nombre d'années des attachés commerciaux sont adjoints aux consuls et des boursiers du gouvernement, envoyés un peu partout dans le monde, constituent, avec ceux-ci, les informateurs officiels du gouvernement. Autrefois, ce dernier publiait mensuellement les excellents rapports consulaires de ces agents. Depuis la guerre, cette publication, dont les renseignements arrivaient toujours trop tard pour pouvoir être de quelque utilité aux commerçants, est remplacée par une publication moins volumineuse mais hebdomadaire.

Le Musée commercial de Bruxelles et l'Office Commercial de l'Etat qui y est annexé sont des organismes officiels qui dépendent du Ministère des Affaires Étrangères. Ce musée possède une vaste documentation et publie un bulletin commercial hebdomadaire.

Il existe en Belgique une fédération industrielle analogue à celle citée pour l'Angleterre. C'est le "Comité central des industriels de Belgique" qui groupe la plupart des industries belges et se divise en 16 catégories. Le but de ce comité est la défense et le développement des intérêts des industriels belges à l'intérieur du pays et à l'étranger. Dans bien des cas il agit comme conseiller industriel du gouvernement.

En Hollande fonctionne le "Bureau Voor Handelsinlichtingen" établi à Amsterdam par le gouvernement et qui fournit au commerce tous renseignements utiles. Les rapports consulaires sont publiés hebdomadairement par le ministère du commerce.

Au Danemark, indépendamment des consuls et des attachés commerciaux, dont les rapports sont publiés par le gouvernement, la "Danish Export Association" publie mensuellement en anglais une revue spéciale d'exportation.

Le "Syndicat des Exportateurs et Importateurs Tchécoslovaques" publie "Le Mercure Tchécoslovaque" en français, allemand, anglais et tchèque.

La Suisse possède depuis 1915 un "Bureau de renseignements pour l'achat et la vente des marchandises" à Zurich; depuis 1919 une société coopérative pour le développement du commerce extérieur fonctionne à Berne, tandis qu'à Lausanne, depuis 1919 aussi, s'est constitué sous le nom de "Bureau Industriel Suisse" un important service de documentation commerciale et de renseignements. Celui-ci publie mensuellement le "Mercure Suisse".

Enfin en Orient le Japon possède déjà de remarquables organismes du même genre, d'ailleurs copiés sur ceux d'Europe et d'Amérique.

Quant aux musées commerciaux il en existe un grand nombre. Les plus fameux sont ceux de Philadelphie, Londres, Bruxelles, Stockholm, Milan, Turin, Rouen, Lille, Francfort, Budapest, Christiania, Vienne, Tokio.

Vous le voyez, partout on s'organise pour la lutte commerciale. Et il ne faut pas perdre de vue que tous ces pays, même les plus petits et ceux nouvellement créés, comme la Tchécoslovaquie, ont un corps consulaire, parfois considérable, toujours composé d'hommes bien préparés aux services qu'on demande d'eux. Au Canada, en tout et pour tout, nous avons vingt attachés commerciaux recrutés d'une façon plus qu'empirique, ainsi que je l'ai exposé plus haut. Je ne crois pas, en effet, malgré les communiqués que le ministère du Commerce publie à ce sujet dans son bulletin hebdomadaire, que nous puissions compter beaucoup sur les consuls britanniques pour obtenir de ceux-ci des renseignements au moyen desquels nos exportateurs feront en définitive la concurrence aux anglais !

Que faire si nous restons désarmés ! Abandonner la partie ? Jamais ! Il faut nous outiller comme les autres peuples et aller de l'avant ! La première chose à faire pour cela c'est de donner à notre jeunesse, la solide formation commerciale requise par la complexité des affaires modernes, surtout pour ce qui est du commerce extérieur. Il faut ensuite créer des organismes d'étude, de recherche et de documentation tels que musées commerciaux et bibliothèques spéciales, offices de renseignements. Par la participation aux foires et expositions, par la création de bourses de voyages et l'organisation systématique de stages commerciaux à l'étranger, nous pourrons graduellement élargir notre champ d'action. Mais il y a plus, surtout dans la période difficile que nous traversons depuis l'armistice : le commerce d'exportation doit être aidé directement par les banques et autres organismes de crédit.

* * *

En tout temps, si l'on veut exporter il faut le secours des banques. Le crédit est indispensable. Vouloir exporter en se faisant payer les marchandises à la sortie de l'usine ou même au port d'embarquement, est une méthode, toute de sécurité évidemment pour l'exportateur mais, qui ne peut amener d'affaires si les concurrents font de longs crédits. Les exportateurs, obligés de se soumettre aux exigences de conditions qui varient avec les lieux, doivent forcément recourir aux banques. Celles-ci les aident soit par l'escompte de traites libres ou documentaires, soit par l'ouverture de crédits en

comptes-courants, soit encore en consentant des découverts, jusqu'à des montants déterminés, qui ne sont pas remboursés à date fixe, ni en une fois, mais au fur et à mesure du paiement des factures échues par les acheteurs étrangers. Enfin, toutes les banques se chargent du recouvrement de traites dans toutes les parties du monde et, suivant la solvabilité du client, accordent un certain crédit avant encaissement ou l'obligent à attendre que la couverture soit reçue

Les banques d'exportation sont donc très importantes pour le commerce extérieur. Les services qu'elles rendent sont considérables, car, indépendamment de l'octroi de crédits et des autres opérations qu'effectuent toutes les banques, elles doivent pouvoir donner aux exportateurs tous les renseignements dont ceux-ci ont besoin sur la solvabilité des acheteurs, les conditions des transports, régimes douaniers et autres détails utiles et parfois indispensables pour trafiquer avec succès en pays éloignés. Il est désirable aussi qu'elles puissent mettre les exportateurs en rapport dans tous les pays du monde, avec des agents compétents et de tout repos.

C'est à d'excellentes institutions de l'espèce que l'Allemagne devait d'être parvenue, avant la guerre, à capter une aussi importante fraction du commerce mondial. La "Deutsche Export Bank" de Berlin, l'"Export Verein de Dresde" et l'"Export Bureau" Bavarois étaient de puissantes associations commerciales qui étendaient leurs ramifications sur le monde entier. Après avoir groupé les industriels allemands et les avoir renseignés, documentés et aidés de toutes sortes de façon, elles parvenaient, grâce à d'extraordinaires combinaisons de crédit, à mettre l'exportateur allemand en mesure de faire à ses acheteurs étrangers de meilleures conditions de paiement que tous ses concurrents. Et aujourd'hui, tandis que partout l'on parle de la faillite et de la banqueroute de l'Allemagne, les revues financières nous apprennent que les allemands offrent leurs marchandises à Buenos-Ayres et autres ports de l'Amérique du Sud contre paiement par traites à 90 jours de la date de la livraison à l'acheteur. Du départ de la marchandise de l'usine au moment du règlement cela fait environ 6 mois.

Depuis quelques années les anglais aussi se sont rendu compte qu'un effort vigoureux leur était nécessaire s'ils voulaient garder ou récupérer les marchés qu'ils dominaient avant la guerre. Aussi "voyons-nous se créer, dit M. P. Clerget[30], des institutions qui ont adopté la méthode allemande: non seulement elles pratiquent

---

[30] "L'Organisation du Commerce Extérieur", article cité.

toutes les opérations de banque mais elles y ajoutent la documentation et l'assurance et se font les pourvoyeurs d'affaires au bénéfice du commerce anglais". Telles sont: la "British Overseas Bank Limited" formée de plusieurs grands instituts anglais, et qui est à la fois une société d'étude, pourvue d'un bureau d'informations avec agents installés à l'étranger, et une banque d'affaires qui pourra recueillir elle-même les capitaux utiles. "L'Anglo-Baltic and Mediterranean Bank Limited" qui a son champ d'action dans la Baltique et les pays de la Méditerranée; l'"African and Eastern Trade Corporation" qui étend ses opérations non seulement sur l'Est Africain, mais encore dans tout le proche et moyen Orient. Quant à la puissante compagnie maritime "Peninsular & Oriental Corporation Limited" elle compte ouvrir des agences dans tous les ports que fréquentent ses navires.

Les Américains, dont les banques n'avaient aucun lien avec l'étranger jusqu'à la création, en 1913, des "Federal Reserve Banks" multiplient aujourd'hui les institutions bancaires en mesure de favoriser les exportations de marchandises américaines sur tous les marchés du monde. Nous assistons aussi à l'ouverture d'agences de grandes banques américaines comme la "National City Bank" de New York, l'"Equitable Trust Compagny", la "Guaranty Trust Compagny," dans les principales villes d'Europe, de l'Amérique du Sud, de la Chine et de l'Inde.

Tous ces efforts démontrent que le commerce extérieur est impossible sans l'intervention de banques d'exportation spécialisées qui sont les pionniers de l'expansion nationale. Or , il va de soi, qu'il vaut infiniment mieux traiter par des banques nationales que par des banques étrangères. En conséquence, si nous voulons procurer à nos industriels des débouchés en Orient, dans l'Amérique du Sud, dans les Balkans ou ailleurs, il faut que nos banques établissent des succursales dans ces pays, ou, ce qui serait mieux, que nous organisions au moins une grande banque spéciale pour l'exportation.

Certaines de nos banques, il est vrai, ont déjà des succursales à Londres, à New York, à Paris, telles la Banque de Montréal, la Banque Royale, la Banque Nationale; d'autres comme la Banque d'Hochelaga, ont des correspondants dans les principales villes de l'étranger. La Banque Royale seule a établi des succursales dans de nombreux pays étrangers, notamment dans l'Amérique du Sud et aux Antilles. Elle semble décidément vouloir évoluer vers

la banque d'exportation, et a organisé, dans ce but, un service spécial au Canada. Il est évident que, puisqu'en ce moment presque tout notre commerce extérieur (82% de l'ensemble) se fait avec le Royaume Uni et les Etats-Unis, c'est dans ces deux pays que le plus grand nombre de règlements s'effectuent. Les banques canadiennes groupées en ces endroits ont donc leur raison d'être et d'ailleurs New York et Londres sont actuellement les deux places cambistes principales dans le monde. De nombreux emprunts canadiens y ont été émis, les intérêts y sont payables, enfin il s'y fait pour nous de nombreuses transactions. Mais tout cela n'empêche que si nous négligeons les autres pays nous y rendons notre pénétration commerciale très difficile. En voulez-vous un exemple ?

Jusqu'en 1920 le dollar canadien n'était pas coté à Bruxelles. Il n'y avait là aucune banque canadienne et les transactions entre la Belgique et le Canada se réglaient en dollars américains beaucoup plus onéreux. Aujourd'hui la Banque Nationale s'installe à Bruxelles et les dollars canadiens sont tous les jours cotés en bourse. D'autre part, dans un récent article, Mr. Towers, Directeur du Service du Commerce Extérieur à la Banque Royale du Canada, nous apprend que 87% de tout notre commerce extérieur se fait avec des pays dans lesquels des banques canadiennes ont des succursales. Le fait est concluant [31] et comfirme d'une manière péremptoire ce qui précède.

Enfin, comme je le faisais remarquer plus haut, la situation financière embarrassée de certains pays, après les hostilités, rendit nécessaire l'octroi de crédits beaucoup plus longs que ceux auxquels on était habitué autrefois. Le change déprécié de pays comme la Roumanie, l'Allemagne, la Finlande, la Tchécoslovaquie, etc. leur interdisait d'acheter en Angleterre, en France, en Belgique et surtout au Canada ou aux Etats-Unis, à moins d'obtenir des crédits de plusieurs années. Par contre dans ces derniers pays il était urgent de porter remède aux conditions économiques troublées, dans lesquelles la grande guerre avait laissé tous les pays belligérants et caractérisé à sa période la plus aigue, vers la fin de 1919, par un arrêt complet des transactions. D'une part donc, les pays consommateurs ayant d'immenses besoins, mais des moyens financiers précaires, se trouvaient dans l'impossibilité d'acheter, d'autre part, les pays industriels, en pleine production, voyaient, de jour en jour, s'accumuler des stocks invendables et étaient forcés petit

---

[31] "Banking and its relation to Foreign Trade", par G. F. Towers, dans "The Gazette", Montréal 7 janvier 1921.

à petit de ralentir, puis d'arrêter complètement leur production, obligeant au chômage des milliers d'ouvriers.

Évidemment la banque d'exportation pure et simple n'était pas suffisante pour remédier à une telle situation et couvrir des risques aussi élevés. On jugea donc à propos, dans tous les pays, désireux de procurer à la fois des commandes à leurs usines et des débouchés à leurs exportateurs, de procéder, par un rouage nouveau, à l'organisation systématique du *crédit à l'exportation.*

Permettez-moi, avant de terminer, d'en faire une brève mention. Vous savez tous comment en 1919 le gouvernement canadien a cherché , par l'octroi de crédits, à favoriser les exportations de produits fabriqués du Canada vers l'Italie, la France, la Grèce, la Belgique et la Roumanie. S'il est vrai qu'il y avait là un effort louable il est vrai aussi que le règlement final de ces opérations, cependant effectuées de gouvernement à gouvernement, semble plus difficile qu'on ne l'aurait cru d'abord, au moins pour ce qui est de la Grèce et de la Roumanie. Ces deux derniers pays, loin de rembourser le capitel prêté par le gouvernement canadien, n'ont, à aucune des échéances, payé les intérêts. Ceux-ci s'élèvent aujourd-hui à plusieurs millions. L'Italie, la France et la Belgique ont fait face à tous leurs engagements.

Le gouvernement était intervenu directement d'abord pour octroyer les crédits et ensuite, par l'intermédiaire de la "War Purchasing Commission" à Ottawa et de la "Canadian Trade Commission" de Londres, pour l'acceptation des ordres et leur répartition entre les fabricants canadiens.

Le système anglais, dont l'application avait été entièrement confiée au "Board of Trade," organisme gouvernemental, n'a pas, lui non plus, donné les résultats espérés. On l'a modifié aujourd' hui et le gouvernement anglais n'avance plus l'argent, comme il l'avait fait d'abord, mais garantit — jusqu'à 85% du montant des factures — les traites émises sur l'étranger en vertu d'expéditions autorisées. Ceci supprime l'ingérence gênante de l'Etat et laisse agir librement banquiers et commerçants. L'État n'intervient donc que pour aider et coordonner les initiatives privées, mais non pour se substituer à elles. Plusieurs puissantes sociétés se constituent d'ailleurs en Angleterre, dans le même but, l'une d'elles la "British Trade Corporation" au capital de 10 millions de livres sterling.

Ailleurs, des organismes spéciaux, sous les noms de banque d'exportation, office de ducroire ou sous d'autres désignations, ont pu engager la responsabilité de leurs gouvernements respectifs.

Jamais cependant, contrairement à ce qui s'est fait au Canada et en Angleterre, le gouvernement du pays exportateur ne fa t oeuvre de commerçant ou de banquier; il ne fait qu'accorder sa garantie de bonne fin à des opérations soigneusement étudiées et réalisées par des industriels, des commerçants et des banquiers. La plupart du temps aussi ces gouvernements ne donnent leur garantie que pour environ 50% du montant de l'opération. L'exportateur, l'acheteur et les banques se partagent les risques pour le reste.

De cette façon, ces systèmes de crédits à l'exportation permettent à l'exportateur d'obtenir, au moins partiellement, le paiement comptant de ses marchandises, tandis que l'acheteur d'un pays à monnaie dépréciée peut espérer, lors du règlement final, bénéficier d'un change plus favorable. De plus, et c'est la chose la plus importante, à laquelle les exportateurs tiennent avant tout, l'organisme nouveau doit en quelque sorte pouvoir assurer contre les risques du crédit, à longue échéance, en pays étranger et souvent à moitié ruiné.

* * *

J'aurais voulu encore vous exposer, Messieurs, de quelle manière ont été créés, organisés et fonctionnent ces organismes spéciaux en vue du crédit à l'exportation en Angleterre, aux Etats-Unis, en France, en Belgique. J'aurais aussi voulu vous dire un mot du système Ter Meulen approuvé par la Conférence Internationale Financière de Bruxelles en 1920. Malheureusement, le temps me fait défaut. Je crains déjà d'avoir abusé de votre patience et je m'arrête ici.

Je n'ai pas la prétention d'avoir, en ces quelques pages, épuisé mon sujet. J'espère avoir pu, ainsi que je me le proposais, vous convaincre que nos succès commerciaux du temps de guerre ne doivent pas ralentir notre effort. Bien au contraire.

Jamais le monde n'a connu un bouleversement économique semblable à celui de l'heure présente. Et s'il est vrai que la situation au Canada est infiniment meilleure que celle d'autres pays, il est également vrai que nous ne pouvons empêcher de se faire sentir chez nous les répercussions des embarras d'autrui. Les nations, au point de vue commercial, dépendent les unes des autres. Tout comme il n'est pas possible que le prix d'une marchandise hausse ou baisse considérablement sans qu'il s'en suive un changement de valeur, dans le même sens, de tous les autres produits, on ne peut non plus concevoir un ensemble de nations appauvries vivotant péniblement à côté d'autres enrichies de leurs dépouilles.

La preuve évidente de ceci nous est fournie par la situation actuelle des États-Unis qui, créanciers du reste du monde, après une période de prospérité inouie durant les années de guerre, subissent aujourd'hui, malgré leur formidable puissance financière, le contre coup de l'état de délabrement financier des autres pays. Leurs exportations ont diminué en proportion de la diminution du pouvoir d'achat de leurs clients. Depuis un an quantité d'usines se sont fermées ou ont réduit leur production. De nombreux ouvriers sont sans travail.

Tôt ou tard un rajustement doit se produire. Le plus tôt sera le mieux. Mais on dirait qu'un peu partout, l'initiative privée, dont l'énergie et le ressort ont si souvent permis aux peuples industrieux de se tirer de crises moins prononcées, soit impuissante cette fois à rétablir l'é uilibre économique rompu. Les difficultés actuelles sont si énormes que les entreprises individuelles et collectives dont l'effort en affaires a toujours été le meilleur agent de salut et le plus sûr garant de succès, ne réussissent cependant pas à renouer des relations commerciales normales entre tous les peuples. Les risques de ventes à l'étranger avec paiement à longue échéance — les seules possibles d'ailleurs — augmentés de ceux qu'occasionnent les brusques fluctuations du change, transforment l'opération commerciale la plus ordinaire en une véritable spéculation. Des faillites comme celles — toute récente — de la "Banca di Sconto" en Italie en sont des symptômes évidents. Il semble donc — quelque peu enthousiaste que l'on puisse être de l'intervention de l'État en matière commerciale — que c'est avec raison que les gouvernements ont, un peu partout, tâché de porter secours à l'industriel désemparé.

Il faut espérer que cette tutelle sera de courte durée et que bientôt nous verrons toutes les forces de production et d'échange en oeuvre pour redonner au monde la paix écononique et sociale dont il a tant besoin.

Il est à souhaiter que notre pays participe largement à cette restauration commerciale et que, grâce à l'énergie et à l'initiative de nos exportateurs, fabricants et négociants nous puissions voir augmenter chaque année, sur tous les marchés du monde, la place occupéepar les produits canadiens!

Henry LAUREYS

Directeur de l'École des Hautes Études Commerciales.

Montréal, le 21 janvier 1922.